



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV FINANCÍ

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF FINANCES

PODNIKATELSKÝ PLÁN

BUSINESS PLAN

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

LUCIE URBÁNKOVÁ

VEDOUcí PRÁCE

SUPERVISOR

Ing. PETRA KOUDELKOVÁ

BRNO 2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Lucie Urbánková

Daňové poradenství (6202R006)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských, magisterských a doktorských studijních programů zadává bakalářskou práci s názvem:

Podnikatelský plán

v anglickém jazyce:

Business Plan

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Vymezení problému a cíle práce

Teoretická východiska práce

Analýza problému a současné situace

Vlastní návrhy řešení, přínos návrhů řešení

Závěr

Seznam literatury

Přílohy

Seznam odborné literatury:

HRDÝ, M. a M. HOROVÁ. Finance podniku. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009. 180 s. ISBN 978-80-7357-492-5.

JÁČOVÁ, H. a M. ORTOVÁ. Finanční řízení podniku v příkladech. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2011. 144 s. ISBN 978-80-7357-724-7.

KORÁB, V. a M. MIHALISKO. Založení a řízení podniků. 1. vyd. Brno: Vysoké učení technické v Brně, 2003. 160 s. ISBN 80-214-2510-5.

KORÁB, V., PETERKA, J. a M. REŽŇÁKOVÁ. Podnikatelský plán. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Petra Koudelková

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2012/13.



doc. Ing. Vojtěch Bartoš, Ph.D.
Ředitel ústavu

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.
Děkan

V Brně, dne 28.2.2013

ABSTRAKT

Předmětem bakalářské práce je vypracování podnikatelského záměru na založení BIO restaurace se samoobsluhou v Brně. První část práce obsahuje teoretické znalosti potřebné pro založení společnosti a s tím související skutečnosti. V druhé části se práce zabývá aplikováním teoretických poznatků do praxe, včetně vlastních návrhů řešení a dalšími aspekty.

ABSTRACT

Subject of this bachelor work is to develop a business plan for the establishment of BIO restaurant with self-service in Brno. The first part contains the theoretical knowledge required for the establishment of the company and related facts. The second part of this work deals with applying theoretical knowledge into practice, including own suggestions solutions and other aspects.

KLÍČOVÁ SLOVA

podnikatelský plán, BIO restaurace, analýza, finanční plán

KEYWORDS

business plan, BIO restaurant, analysis, financial plan

BIBLIOGRAFICKÁ CITACE

URBÁNKOVÁ, L. *Podnikatelský plán*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2013. 68 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Petra Koudelková.

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušila autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 15. května 2013

.....

podpis

PODĚKOVÁNÍ

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí mé bakalářské práce Ing. Petře Koudelkové za velmi vzácné rady a vedení při zpracování této práce.

Dále bych ráda poděkovala Ing. Kateřině Šulákové Urbánkové za velmi užitečnou pomoc a cenné rady při zpracování této práce.

OBSAH

ÚVOD.....	11
CÍL A METODIKA PRÁCE.....	12
1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE.....	13
1.1 ZÁKLADNÍ POJMY.....	13
1.1.1 Podnik.....	13
1.1.2 Podnikání.....	14
1.1.3 Podnikatel.....	14
1.1.4 Živnost.....	14
1.1.5 Subjekty oprávněné provozovat živnost.....	15
1.1.6 Všeobecné podmínky provozování živnosti.....	15
1.1.7 Živnostenské oprávnění.....	15
1.2 PŘEHLED PRÁVNÍCH FOREM PODNIKÁNÍ NA TRHU.....	16
1.2.1 Obchodní společnosti.....	16
1.3 PODNIKATELSKÝ PLÁN.....	19
1.3.1 Účel podnikatelského plánu.....	19
1.3.2 Zásady pro zpracování podnikatelského plánu.....	20
1.3.3 Struktura podnikatelského plánu.....	20
1.4 FINANCOVÁNÍ SPOLEČNOSTI.....	22
1.4.1 Vlastní zdroje financování.....	23
1.4.2 Cizí zdroje financování.....	24
1.5 ANALÝZA TRHU.....	25
1.5.1 Externí analýza.....	25
1.5.2 Interní analýza.....	28
1.5.3 SWOT analýza.....	29
2 ANALÝZA SOUČASNÉ SITUACE.....	30

2.1	ANALÝZA ZÁKAZNÍKŮ	31
2.2	PORTERŮV MODEL PĚTI SIL	31
2.3	SWOT ANALÝZA	35
2.4	SLEPT ANALÝZA.....	36
3	VLASTNÍ ŘEŠENÍ – NÁVRH PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	40
3.1	POPIS PODNIKU	40
3.1.1	O společnosti.....	40
3.1.2	Název podniku	41
3.1.3	Právní forma	41
3.2	ORGANIZAČNÍ PLÁN.....	42
3.2.1	Organizační struktura.....	42
3.2.2	Popis činností.....	43
3.2.3	Otevírací doba.....	44
3.3	MARKETINGOVÝ PLÁN.....	45
3.3.1	Price (Cena)	45
3.3.2	Product/Services (Výrobky/Služby)	45
3.3.3	Place (Místo).....	46
3.3.4	Promotion (Propagace)	47
3.4	FINANČNÍ PLÁN	49
3.4.1	Pořizovací náklady.....	49
3.4.2	Účetní odpisy majetku	50
3.4.3	Mzdové náklady.....	51
3.4.4	Financování projektu	51
3.4.5	Provozní náklady	52
3.4.6	Náklady celkem	53
3.4.7	Odhad tržeb podniku.....	54

3.4.8	Pokrytí nákladů tržbami	56
3.4.9	Zahajovací rozvaha	57
3.4.10	Cash Flow	58
3.5	HODNOCENÍ RIZIK	59
ZÁVĚR		61
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY		63
SEZNAM TABULEK		66
SEZNAM OBRÁZKŮ		66
SEZNAM GRAFŮ		67
SEZNAM PŘÍLOH.....		68

ÚVOD

Podnikatelský záměr na založení BIO restaurace jsem si zvolila, jelikož zdravý životní styl a s tím spojené zdravé stravování je v dnešní době velice populární.

V dnešní uspěchané době se stále více lidí uchyluje ke stravování formou fast foodu. Není se čemu divit, zákazník dostane jídlo téměř okamžitě a nemusí čekat leckdy až hodinu, než mu v restauraci donesou jeho objednané jídlo. Nezdržovat se čekáním na jídlo, rychle se najíst a věnovat se dalším povinnostem. To je myšlenka většiny zaneprázdněných lidí. Proč se ale stravovat ve fast foodech, kde vám nabízejí většinou smažená nezdravá tučná jídla?

Konkrétně v městě Brně je fast foodů tohoto typu většina. Pak jsou zde ale také restaurace, nabízející kvalitní, zdravá plnohodnotná jídla formou fast foodu. Těch je zde ale méně. Většina z nich jsou pouze vegetariánské a milovníci masa zde se svým požadavkem neuspějí.

Proto bych se chtěla pokusit vytvořit plán na vybudování samoobslužné bio restaurace, kde bych uspokojila nejen vegetariány, ale i milovníky masa.

Bakalářská práce je rozdělena na několik sekcí.

Nejprve je vymezen cíl, kterého by mělo být dosaženo, dále metody, které budou použity v praktické části.

Další sekce obsahuje teoretické poznatky dané problematiky, které jsou potřebné k sestavení podnikatelského plánu, jako například základní pojmy, formy podnikání a další teorie, související s podnikáním, jako například financování společnosti a analýza trhu.

Následující sekce se zaměřuje na analýzu současné situace. Je v ní popsána analýza zákazníků, Porterův model pěti sil, SWOT analýza a SLEPT analýza.

Poslední sekce je zaměřena na praktickou část, která obsahuje konkrétní kroky k založení restaurace a s tím související marketingový plán, analýza trhu, finanční plán, a další aspekty podnikatelského plánu.

CÍL A METODIKA PRÁCE

Hlavním cílem je vytvořit kvalitní zpracování podnikatelského plánu, který by měl sloužit k založení samoobslužné bio restaurace, nabízející širokou škálu zdravých jídel bio kvality vhodné jak pro vegetariány, tak pro milovníky masa.

K dosažení cíle je potřeba shromáždění teoretických poznatků, týkajících se problematiky založení restaurace a s tím související realizování pohostinské činnosti.

V práci bude popsána metodika, která bude zahrnovat například SWOT analýzu a Porterův model pěti sil.

1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

Kapitola Teoretická východiska práce obsahuje podkapitoly, související se sestavováním podnikatelského plánu. Jedná se o základní pojmy, přehled právních forem podnikání na trhu, podnikatelský plán, financování společnosti a analýzu trhu.

1.1 ZÁKLADNÍ POJMY

K vytvoření podnikatelského plánu je zapotřebí znát některé základní pojmy, které jsou blíže popsány dále.

1.1.1 Podnik

„Podnikem (§5 odst. 1) se pro účely zákona č.513/1991 Sb. rozumí soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem ke své povaze mají tomuto účelu sloužit (1).“

Tabulka 1 znázorňuje, podle čeho a jak lze dělit podniky.

Tabulka 1: Dělení podniků

(Zdroj: vlastní zpracování podle [1])

Dle právní formy	Státní podniky	Obchodní společnosti	Živnostníci	Družstva	Podniky zřízené podle zvláštních právních předpisů
Dle sektorů	Veřejný	Soukromý	Smíšený		
Dle velikosti	Mikropodniky	Malé podniky	Střední podniky	Velké podniky	
Dle typu výroby	Podniky s kusovou výrobou	Podniky se sériovou výrobou	Podniky s hromadnou výrobou		
Dle hospodářského odvětví	Průmyslové	Zemědělské	Služby		

1.1.2 Podnikání

„Podnikáním (§2 odst. 1) se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku (1).“

1.1.3 Podnikatel

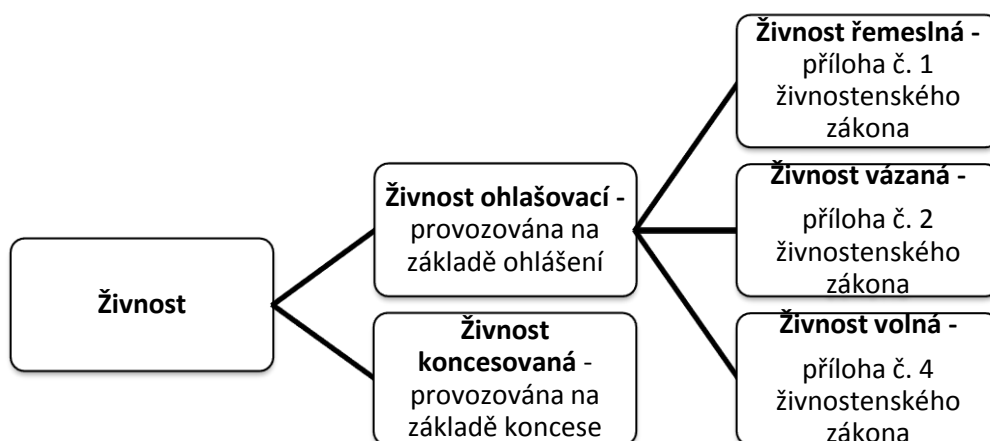
„Podnikatel (§2 odst. 2) je osoba:

- a) zapsaná v obchodním rejstříku,*
- b) která podniká na základě živnostenského oprávnění,*
- c) podnikající na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,*
- d) provozující zemědělskou výrobu a je zapsaná do evidence podle zvláštního předpisu (1).“*

1.1.4 Živnost

„Živností (§2), podle zákona č. 455/1991 Sb. je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených zákonem č. 455/1991 (2).“

Živnosti se dle (2) dělí na živnosti ohlašovací a koncesované. Podrobnější dělení uvádí Obrázek 1.



Obrázek 1: Dělení živností
(Zdroj: Vlastní zpracování dle [2])

1.1.5 Subjekty oprávněné provozovat živnost

„Živnost může provozovat (§5 odst. 1) fyzická nebo právnická osoba, splní-li podmínky stanovené zákonem č. 455/1991 Sb (2).“

1.1.6 Všeobecné podmínky provozování živnosti

„Všeobecnými podmínkami (§6 odst. 1) provozování živnosti fyzickými osobami, pokud zákon č. 455/1991 nestanoví jinak, jsou:

- a) dosažení věku 18 let,*
- b) způsobilost k právním úkonům,*
- c) bezúhonnost (2).“*

1.1.7 Živnostenské oprávnění

„Oprávnění (§10 odst. 1) provozovat živnost vzniká právnickým osobám již zapsaným do obchodního rejstříku, právnickým osobám, které se do obchodního rejstříku nezapisují, a fyzickým osobám:

- a) u ohlašovacích živností dnem ohlášení; to však neplatí v případech uvedených v §47 odst. 5 větě druhé, §47 odst. 6 a 7,*
- b) u koncesovaných živností dnem nabytí právní moci rozhodnutí o udělení koncese (2).“*

„Podnikatel prokazuje své živnostenské oprávnění (§10 odst. 2)

- a) výpisem ze živnostenského rejstříku*
- b) do vydání výpisu stejnopisem ohlášení s prokázaným doručením živnostenskému úřadu, a to i prostřednictvím kontaktního místa veřejné správy nebo pravomocným rozhodnutím o udělení koncese (2).“*

1.2 PŘEHLED PRÁVNÍCH FOREM PODNIKÁNÍ NA TRHU

Rozlišujeme několik druhů právních forem podnikatelských subjektů, a to:

- a) státní podniky
- b) obchodní společnosti
- c) živnostníci
- d) podniky zřízené podle zvláštních právních předpisů

1.2.1 Obchodní společnosti

„Obchodní společnost (§56 odst. 1) je právnickou osobou založenou za účelem podnikání, nestanoví-li právo Evropských společenství jinak. Společnostmi jsou veřejná obchodní společnost, komanditní společnost, společnost s ručením omezeným, akciová společnost, evropská společnost a evropské hospodářské zájmové sdružení. Evropské hospodářské zájmové sdružení a evropská společnost jsou upraveny též právem Evropských společenství a zvláštními právními předpisy. Společnost s ručením omezeným a akciová společnost mohou být založeny i za jiným účelem, pokud to zvláštní právní předpis nezakazuje (1).“

Obchodní společnosti se dělí na:

- a) kapitálové - společnost s ručením omezeným, akciová společnost
- b) osobní – veřejná obchodní společnost, komanditní společnost (1).

Kromě kapitálových a osobních společností se mezi obchodní společnosti řadí ještě evropská společnost a evropské hospodářské zájmové sdružení (1).

Nebudou zde podrobně rozepsány všechny formy obchodních společností, ty jsou blíže specifikovány v Tabulce 2. S naším podnikáním souvisí pouze společnost s ručením omezeným, a proto pouze tato forma podnikání bude rozebrána dále.

Společnost s ručením omezeným

Jedná se o společnost, která je založená minimálně jednou osobou, nejvýše však padesáti osobami. Společnost ručí celým svým majetkem, společníci ručí do výše svých nesplacených vkladů. Minimální výše základního kapitálu je 200 000 Kč, přičemž každý společník musí vložit alespoň 20 000 Kč. Společnost se zakládá sepsáním společenské smlouvy a vzniká dnem zápisu do obchodního rejstříku. Zisk se dělí mezi společníky dle rozhodnutí valné hromady. Je tvořen rezervní fond z čistého zisku, vykázaného v první řádné roční účetní závěrce ve výši nejméně 10%, ale ne více jak 5% základního kapitálu. Každý rok se do rezervního fondu odvádí aspoň 5% z čistého zisku, dokud hodnota v rezervním fondu nedosáhne alespoň 10% základního kapitálu. Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada, statutárním orgánem jsou jednatelé, jmenováni valnou hromadou a kontrolním orgánem je dozorčí rada, která dohlíží na činnost jednatelů (1).

Výhody (3):

- společníci ručí omezeně
- při rozhodování nemusí souhlasit všichni společníci
- možnost i nepeněžitěho vkladu
- lhůta pro splacení vkladu je 5 let
- může být ustanovena dozorčí rada

Nevýhody (3):

- nutnost základního kapitálu
- náročné založení společnosti
- z důvodu omezeného ručení je pro obchodní partnery méně důvěryhodná

Tabulka 2: Srovnání základních parametrů obchodních společností
(Zdroj: vlastní zpracování podle [1])

-	<u>V.O.S.</u>	<u>K.S.</u>	<u>A.S.</u>	<u>S.R.O.</u>
<u>Počet zakladatelů</u>	Minimálně 2 osoby	Minimálně 2 osoby	1 PO nebo 2 a více FO	1 - 50 osob
<u>Ručení</u>	Společnost ručí celým svým majetkem, společníci ručí společně a nerozdílně celým svým majetkem	Komplementáři ručí celým svým majetkem, komanditisté do výše nesplaceného vkladu	Společnost ručí celým svým majetkem, akcionáři neručí za závazky společnosti.	Společnost ručí celým svým majetkem, společníci ručí společně a nerozdílně do výše nesplaceného vkladu.
<u>Počáteční kapitál</u>	Není stanoveno	Komanditista 5 000 Kč, jinak není stanoveno	Minimálně 2 000 000 Kč bez veřejné nabídky akcií, minimálně 20 000 000 Kč s veřejnou nabídkou akcií.	Základní kapitál společnosti minimálně 200 000 Kč, výše vkladu společníka minimálně 20 000 Kč.
<u>Administrativní náročnost</u>	Sepsání společenské smlouvy	Sepsání společenské smlouvy	Sepsání zakladatelské listiny	Sepsání společenské smlouvy
<u>Účast na zisku</u>	Rovným dílem mezi společníky, nebo dle společenské smlouvy	Mezi komplementářem a komanditisty 50/50. Mezi komplementáři rovným dílem. Mezi komanditisty podle výše splaceného vkladu. Vše lze upravit podle společenské smlouvy.	Podle rozhodnutí valné hromady	Podle rozhodnutí valné hromady
<u>Orgány společnosti</u>	Statutárním orgánem - všichni společníci	Statutární orgán - komplementáři	Nejvyšší orgán - Valná hromada Statutární orgán - Představenstvo Kontrolní orgán - Dozorčí rada	Nejvyšší orgán - Valná hromada Statutární orgán - Jednatelé Kontrolní orgán - Dozorčí rada

1.3 PODNIKATELSKÝ PLÁN

Podnikatelský plán je písemný dokument, který zpracovává podnikatel a popisuje všechny podstatné vnější i vnitřní faktory, které souvisejí s podnikatelskou činností (4).

Níže bude rozebráno, k čemu slouží podnikatelský plán, zásady pro zpracování podnikatelského plánu a jak vypadá struktura podnikatelského plánu.

1.3.1 Účel podnikatelského plánu

Podnikatelský plán se většinou sestavuje tehdy, žádají-li si to od podnikatele externí subjekty, např. banka, budoucí společník nebo investor. Prvotně by měl ale sloužit hlavně pro podnikatele samotného uvnitř firmy (4).

Při sestavování dobrého podnikatelského plánu je nutné postupovat systematicky, jelikož jeho vyhotovení vyžaduje spoustu energie a je časově náročný (5).

Uvnitř firmy

Podnikatelský plán by měl sloužit především podnikateli při zakládání společnosti, nebo jako realizační nástroj, kdy podnik stojí před výraznými změnami (4).

Dále slouží jako:

- nástroj plánování
- podklad pro rozhodovací proces
- nástroj kontroly (4).

Externí subjekty

Při žádosti o nějaký druh podnikatelské podpory se externí subjekty (banka, investoři,...) na základě podnikatelského plánu rozhodují, zda je projekt výhodný natolik, aby byl poskytnut požadovaný kapitál (4).

1.3.2 Zásady pro zpracování podnikatelského plánu

Podnikatelský plán by měl respektovat obecně platné zásady. Měl by tedy být:

- Inovativní. Musíme prokázat, že přinášíme zákazníkovi něco navíc, že náš výrobek nebo služba bude uspokojovat potřeby zákazníků lépe než naše konkurence (4).
- Srozumitelný a uváženě stručný. Vyjadřujeme se jednoduše (4).
- Logický a přehledný. Myšlenky, uvedené v plánu na sebe musí navazovat, musí být podloženy fakty a tvrzení si nesmí odporovat. V textu použijeme tabulky a grafy, aby byl plán lépe přehledný (4).
- Pravdivý a reálný. Pravdivost a reálnost uvedených faktů by měla být samozřejmost (4).
- Respektující rizika. Musíme respektovat možná budoucí rizika a podat návrh na jejich eliminaci (4).

1.3.3 Struktura podnikatelského plánu

Podle (6) obsahuje obecná struktura podnikatelského plánu tyto atributy: titulní stranu, exekutivní souhrn, analýzu trhu, popis podniku, výrobní, marketingový, organizační plán, hodnocení rizik, finanční plán a přílohy. Pro účely této práce se budeme zabývat pouze některými atributy.

Titulní strana

- název a sídlo společnosti
- jména podnikatelů a kontakty (telefon, e-mail)
- popis podniku a povaha podnikání či způsob financování a jeho struktura (6).

Analýza trhu

- analýza konkurenčního prostředí - silné a slabé stránky konkurentů
- analýza odvětví z hlediska vývojových trendů a historických výsledků
- přírodní faktory, politická situace, legislativní podmínky aj.
- analýza zákazníků na základě provedení segmentace trhu (6).

Popis podniku

- pouze doložená fakta
- výrobky nebo služby
- umístění / lokalita
- velikost podniku
- přehled personálu podniku / organizační schéma
- veškeré kancelářské zařízení a jiné technické vybavení
- průprava podnikatele – znalostní vybavení a předchozí praxe či reference (6).

Marketingový plán

- objasňuje, jakým způsobem budou výrobky nebo služby distribuovány, oceňovány a propagovány
- odhady objemu produkce nebo služeb
- bývá považován za nejdůležitější součást zajištění úspěchu podniku (6).

Organizační plán

- popsána forma vlastnictví nového podniku
- informace o managementu podniku
- údaje o obchodních podílech
- klíčoví vedoucí pracovníci podniku, jejich vzdělání, praktické zkušenosti
- určena nadřízenost a podřízenost vedoucích
- organizační struktura (6).

Hodnocení rizik

- rizika konkurence
- rizika slabých stránek marketingu
- rizika výroby či manažerského týmu nebo technologického vývoje (6).

Finanční plán

- důležitá součást podnikatelského plánu
- ukazuje, nakolik je ekonomicky reálný podnikatelský plán
- předpoklad příslušných příjmů a výdajů s výhledem alespoň na 3 roky (očekávané tržby, kalkulované náklady)
- vývoj hotovostních toků (cash-flow) v příštích 3 letech
- odhad rozvahy (balance), který poskytuje informace o finanční situaci podniku k určitému datu (6).

Přílohy

- informativní materiály, které nelze začlenit do samotného textu podnikatelského plánu
- na jednotlivé přílohy by měly být v textu odkazy (6).

1.4 FINANCOVÁNÍ SPOLEČNOSTI

Při sestavování podnikatelského plánu je nutné rozhodování o tom, jak bude financována společnost, kterou plánujeme založit.

Existuje mnoho finančních zdrojů, ze kterých lze čerpat při zakládání společnosti. Tyto zdroje můžeme dělit na zdroje vlastní a cizí (3).

Konkrétně je toto téma rozebráno v praktické části v kapitole 3.4 Finanční plán.

Vlastní zdroje (3):

- vklady vlastníků
- zisk
- odpisy

Cizí zdroje (3):

- leasing
- faktoring
- úvěry
- dluhopisy
- rizikový kapitál
- forfaiting

1.4.1 Vlastní zdroje financování

Vklady vlastníků

Vklady vlastníků spadají pod vlastní zdroj financování. Výhodou u OSVČ a veřejné obchodní společnosti je, že není povinností vytvářet počáteční vklad. Vklady společníků přinášejí ale podnikatelské riziko. „ *V případě likvidace podniku se nároky majitelů vypořádávají jako poslední (3).*“

Zisk

V případě, kdy použijeme zisk jako zdroj financování, jedná se samofinancování. Výhodou je, že nám nevznikají náklady na čerpání cizího kapitálu a snižuje se riziko podniku. Nevýhodou je, že musíme nejprve vytvořit zisk a pak z něj čerpat (3).

Odpisy

Odpisy nám peněžně vyjadřují opotřebení dlouhodobého majetku. Existují dva druhy odpisů. Daňové odpisy jsou upraveny v zákoně o dani z příjmů a můžeme si zvolit, zda

je budeme odepisovat rovnoměrně či zrychleně. K zachycení skutečného opotřebení majetku nám slouží účetní odpisy (3).

1.4.2 Cizí zdroje financování

Úvěry

Jedná se o nejrozšířenější formu financování. Lze je dělit na finanční úvěry, které se dále dělí na krátkodobé (splatnost do 1 roku), střednědobé (splatnost do max. 5 - ti let) a dlouhodobé (splatnost nad 5 let) a obchodní úvěry (3).

Bankovní úvěry

Při získání bankovního úvěru musíme platit úroky a poplatky spojené s jeho získáním. Levnější bývá krátkodobý kapitál, protože čím je delší časový úsek, tím je větší riziko. Bankovní úvěr lze získat na základě žádosti, ke které je nutné přiložit účetní výkazy za poslední 3 roky, podnikatelský plán a případně další dokumenty (3).

Obchodní úvěry

Obchodní úvěry jsou poskytovány dodavateli nebo odběrateli. Dodavatelský úvěr bývá více běžný a vyznačuje se tím, že dodavatelé poskytnou odklad platby o dohodnutý počet dnů. Odběratelský úvěr se objevuje v určitých odvětvích, kde se postupně a dlouhodobě vyrábí výrobky. Velmi důležitá je důvěryhodnost obchodních vztahů a dodržování sjednané doby (3).

Leasing

Leasing je dalším zdrojem cizího financování, dělí se na **operativní leasing**, **finanční leasing** a **prodej a zpětný leasing** (3).

Dále toto téma nebude rozebráno, jelikož pro praktickou část nebude leasing využit.

1.5 ANALÝZA TRHU

Analýza trhu je jedna z nejdůležitějších analýz, neboť podává informaci o tom, jakou má podnikatel pozici na trhu vzhledem k ostatním subjektům.

Analýza trhu zahrnuje externí a interní analýzu.

1.5.1 Externí analýza

„Externí analýza slouží k analýze okolí firmy, pomáhá identifikovat hrozby a příležitosti firmy. Můžeme ji dále členit na analýzu makrookolí a mikrookolí (7).“

Analýza makrookolí

Analýza makrookolí nám umožní zkoumat faktory makrookolí, působící na naši firmu.

Zaměřuje se na (7):

- *„makroekonomické prostředí*
- *technologické okolí*
- *sociální prostředí*
- *demografické prostředí*
- *politické a legislativní prostředí*
- *světové okolí“*

Mezi externí analýzu makrookolí patří například – SLEPT analýza, která je popsána níže.

SLEPT ANALÝZA

SLEPT analýza je jednou z velmi důležitých externích analýz. Slovo SLEPT se skládá z počátečních písmen aspektů, které obsahuje. Jsou to S – sociální aspekty, L – legislativní aspekty, E – ekonomické aspekty, P – politické aspekty a T – technologické aspekty. Někdy bývá označována jako PEST (E) analýza.

Sociální aspekty - obsahují informace například o demografických údajích, jako třeba velikost populace, věková struktura, dále obsahuje informace například o sociálně kulturních aspektech, jako životní úroveň nebo populační politika (8).

V kapitole číslo 2.4 budou analyzovány pouze demografické údaje.

Legislativní aspekty – obsahují informace o platných zákonech, vyhláškách nebo normách, které ovlivňují podnik (8).

Ekonomické aspekty – obsahují informace například o makroekonomické situaci, jako je třeba vývoj inflace, úroková míra, výše HDP, dále obsahují informace například o daňových faktorech, jako výše daňových sazeb, cla a daňová politika, atd. (8).

V kapitole 2.4 bude analyzován pouze vývoj inflace.

Politické aspekty – obsahují informace například o hodnocení politické stability, jako třeba jaká politická strana je u moci, forma a stabilita vlády, nebo například politický vliv různých skupin (8).

Technologické aspekty – obsahují informace například o nových vynálezech a objevech, o obecné technologické úrovni, rychlosti realizace nových technologiích, atd. (8).

Analýza mikrookolí

Analýza mikrookolí nám umožní zkoumat okolí, ve kterém firma působí.

Zaměřuje se na (7):

- „*strukturu odvětví*
- *trendy v odvětví*
- *míru ziskovosti dosahované v odvětví*
- *klíčové faktory způsobující změny v odvětví (lobbying, legislativa apod.)*“

Mezi externí analýzu mikrookolí patří například Porterův model pěti sil, který je popsán dále.

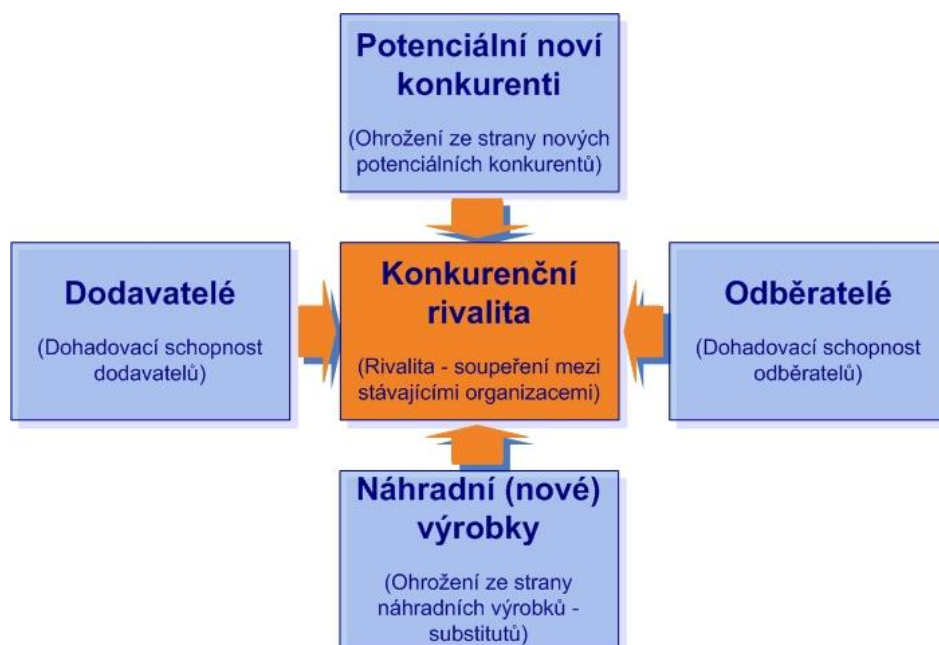
PORTERŮV MODEL PĚTI SIL

Porterův model pěti sil je jedna z důležitých externích analýz, která dává podnikateli přehled o dohádovací schopnosti dodavatelů, o ohrožení ze strany nových potenciačních konkurentů, o dohádovací schopnosti odběratelů, o rivalitě mezi konkurenty a o ohrožení v podobě substitutů. Viz Obrázek 2.

V modelu se silná konkurence jeví jako hrozby, jelikož snižuje zisk, naopak při slabé konkurenci můžeme dosahovat vyšších zisků, tudíž slabá konkurence může představovat příležitost (7).

Model se zaměřuje na (7):

- „riziko vstupu potenciálních konkurentů
- rivalitu mezi stávajícími podniky
- smluvní síly kupujících
- smluvní síly dodavatelů
- hrozby substitučních výrobků“



Obrázek 2: Porterův model pěti sil
(Zdroj: [9])

Potenciální konkurenti

Bariéry při vstupu potenciálních konkurentů do odvětví nám určují sílu rizika. Při překonávání bariér se nám zvyšují náklady (7).

Rivalita mezi stávajícími podniky

Rivalitu ovlivňuje několik faktorů. Patří mezi ně např. struktura odvětví, poptávkové podmínky. Nejčastější rivalitou bývá rivalita cenová (7).

Smluvní síla kupujících

Kupující se snaží snížit ceny a požadovat vyšší kvalitu, tím se pro nás stávají hrozbou. Naopak u slabých kupujících můžeme zvyšovat cenu a tím dosáhnout vyššího zisku (10).

Smluvní síla dodavatelů

Hrozbou pro nás můžou být dodavatelé, kteří se snaží zvyšovat cenu a podnik musí tím pádem zaplatit více nebo musí souhlasit s nižší kvalitou. Slabí dodavatelé nám umožňují cenu snížit a přistoupit na vyšší kvalitu (10).

Hrozba substitučních výrobků

Když se na trhu objevuje mnoho substitutů, vytváří se omezené ceny a podnik tak má omezený zisk. Existuje – li málo substitutů, podnik může zvýšit ceny a tím zvýšit zisk (10).

1.5.2 Interní analýza

„Cílem interní analýzy je odhalit silné a slabé stránky firmy a najít vlastní konkurenční výhodu (7).“

1.5.3 SWOT analýza

SWOT analýza zahrnuje jak externí analýzu, tak interní analýzu.

Název SWOT analýzy se skládá z počátečních písmen anglických slov: strenghts – silné stránky podniku, weaknesses – slabé stránky podniku, oportunities – příležitosti, threats – hrozby. Umožňuje zkoumat a porovnat faktory, působící na podnik (7).

Struktura SWOT analýzy je znázorněna na Obrázku 3.

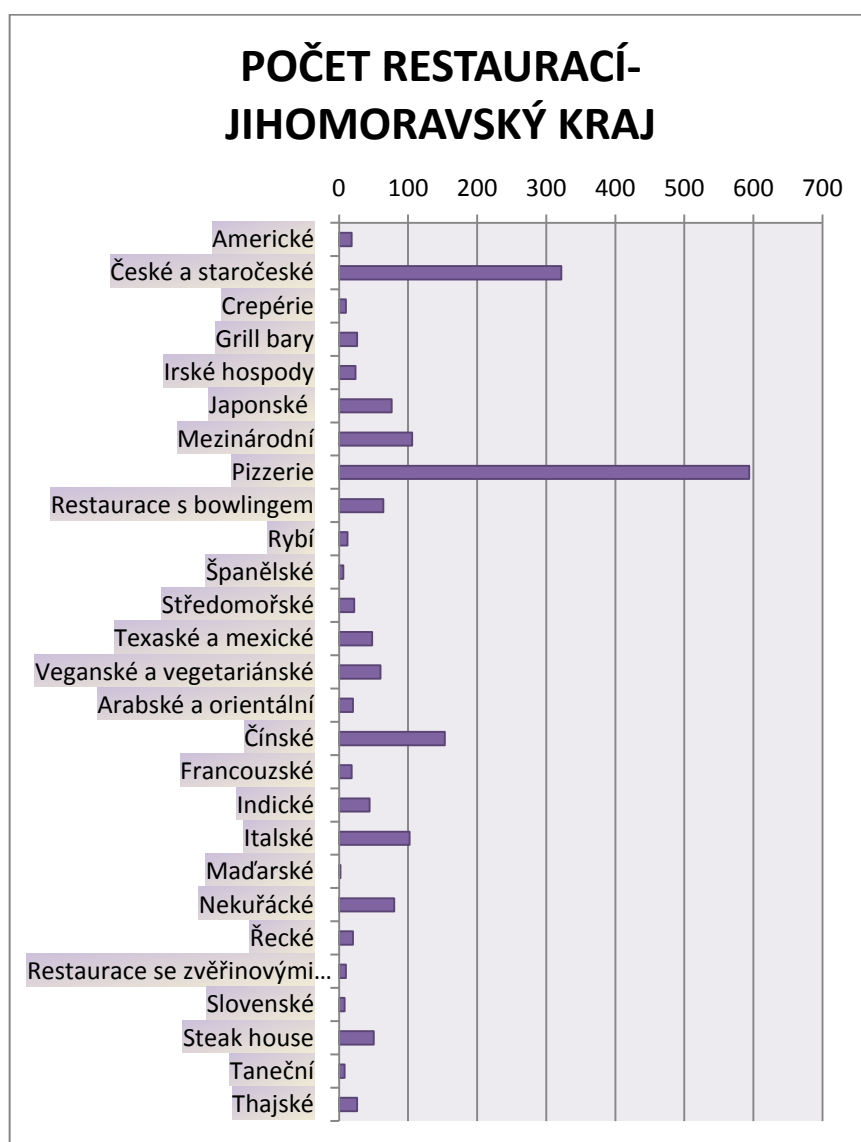
	POMOCNÉ dosažení cíle	ŠKODLIVÉ dosažení cíle
VNITŘNÍ PŮVOD atributy organizace	S SILNÉ STRÁNKY strenghts	W SLABÉ STRÁNKY weaknesses
VNĚJŠÍ PŮVOD atributy prostředí	O PŘÍLEŽITOSTI opportunities	T HROZBY threats

Obrázek 3: SWOT analýza
(Zdroj: [11])

2 ANALÝZA SOUČASNÉ SITUACE

V této kapitole se budu zabývat současnou situací na trhu, co se týče problematiky BIO restaurací. V teoretické části jsem se zmiňovala o analýze SWOT a o Porterově modelu pěti sil a tyto analýzy aplikuji do prostředí, kde bude provozována restaurace.

V současné době se na trhu s pohostinstvím pohybuje velké množství restaurací různého typu. Jenom v Jihomoravském kraji tu máme téměř 2 000 restaurací. Pro lepší přehled viz. Obrázek 4 (12).



Obrázek 4: Počet restaurací- Jihomoravský kraj
(Zdroj: vlastní zpracování dle [12])

Z tabulky je patrné, že největší zastoupení restaurací v Jihomoravském kraji mají pizzerie. A to tak, že pizzerie tvoří téměř třetinu veškerého počtu restaurací v Brně. Nejméně restaurací v Jihomoravském kraji pak tvoří restaurace maďarské, slovenské a španělské. Dále je z tabulky jasné, že restaurací vegetariánského a veganského typu je zde 60. Je to dáno tím, že lidé mají čím dál větší zájem navštěvovat restaurace s kvalitním a zdravým jídlem.

Kapitola 2 se bude zabývat analýzou zákazníků, Porterovým modelem pěti sil, SWOT analýzou a SLEPT analýzou.

2.1 ANALÝZA ZÁKAZNÍKŮ

Zákazníci restaurace se dělí do několika skupin:

- a) Podle věku – studenti (15-24 let), pracující (25-64 let), senioři (65+ let)
- b) Podle diet – diabetici, ti co mají redukční dietu, ti co mají bezlepkovou dietu

Předpokladem je, že největší podíl zákazníků budou zaujímat pracující lidé středního věku, neboť ti sem budou chodit hlavně v polední pauze na oběd. Studentům a seniorům se mohou zdát nastavené ceny mírně dražší, a proto budeme uskutečňovat různé slevy pro studenty a seniory.

Ti, co musí dodržovat některou z diet si také přijdou na své. I oni si zde vyberou, co jim vyhovuje, neboť u každého jídla bude napsána kalorická hodnota a rozpis surovin, ze kterých je jídlo připraveno a také, zda je vhodné pro některou z diet.

Do budoucna se uvažuje o spolupráci s podniky, kam bude restaurace dovážet jídla, například do školních jídelen nebo do podniků pro zaměstnance.

2.2 PORTERŮV MODEL PĚTI SIL

Rivalita mezi stávajícími podniky

V Brně je několik restaurací, nabízející zdravá jídla v bio kvalitě. Většinou však jde o restaurace vegetariánské.

Mezi hlavní konkurenty patří:

- *La Bouchée Restaurant*

Francouzská restaurace se specializuje na jídla z čerstvých surovin, biopotravin a bio jehněčího masa. Restaurace má čtyři části, a to: kavárnu a wine bar, doutníkový salonek, stylový sklep a privátní salonek (13). Základní údaje o restauraci znázorňuje Tabulka 3.

Tabulka 3: Základní údaje o restauraci 1

(Zdroj: vlastní zpracování dle [13])

Otevírací doba	Po-So 11:00 - 23:00 Ne 11:00 - 22:00
Průměrná cena jídla	Polední menu cca 95 Kč, hlavní nabídka cca 320 Kč
WiFi zdarma	ANO
Kapacita	
Kuchyně	česká, francouzská, mezinárodní
Nápoje	alkoholické i nealkoholické
Sezónní nabídka	ANO
Dětský koutek	NE
Letní zahrádka	NE

- *Rebio Sun, s.r.o.*

Restaurace zdravého životního stylu, nabízející vegetariánskou kuchyni, zákusky, alkoholické a nealkoholické nápoje. Součástí je fresh bar, pivní bar, cukrárna a bio kavárna. Spolupracuje s ekofarmáři a její kuchaři vaří z čerstvých a kvalitních surovin. Menu si zde zákazník skládá sám, díky samoobslužnému pultu.

Restaurace obdržela certifikát biorestaurace (14). Základní údaje o restauraci znázorňuje Tabulka 4.

Tabulka 4: Základní údaje o restauraci 2

(Zdroj: vlastní zpracování dle [14])

Otevírací doba	Po-Pá 9:00 -21:00 So 11:00 -21:00 Ne 11:00 -20:00
Průměrná cena jídla	150 Kč
WiFi zdarma	ANO
Kapacita	120
Kuchyně	vegetariánské
Nápoje	alkoholické a nealkoholické
Sezónní nabídka	ANO
Dětský koutek	ANO
Letní zahrádka	NE

- *Vitalité Zdravý Restaurant s.r.o.*

Restaurace nabízející zdravá moderní jídla formou rautové nabídky. Zákazníci si mohou vybírat z minimálně pěti druhů menu včetně salátové nabídky a menu z čerstvých italských těstovin. Společnost také rozváží zdravé pokrmy do firem a do škol (15). Základní údaje o restauraci znázorňuje Tabulka 5.

Tabulka 5: Základní údaje o restauraci 3

(Zdroj: vlastní zpracování dle [15])

Otevírací doba	Po-Pá 9:30 - 18:00 So 11:00 - 15:00
Průměrná cena jídla	80
WiFi zdarma	ANO
Kapacita	85
Jídlo	vegetariánské i jídla s masem
Nápoje	alkoholické i nealkoholické
Sezónní nabídka	ANO
Dětský koutek	NE
Letní zahrádka	NE

Riziko vstupu potenciálních konkurentů

S tímto rizikem musí počítat snad každý. To, že se na trhu objeví nový konkurent, nabízející podobné služby jako my je velmi pravděpodobné. Z toho důvodu je nutné být originální, inovovat jak prostředí, tak jídelní lístky, vyslyšet přání zákazníků a pokusit se je splnit.

Smluvní síla kupujících

Zákazníky restaurace budou převážně studenti, pracující středního věku, ale také starší lidé, kteří si rádi pochutnají na kvalitním a zdravém jídle. Dále můžeme zákazníky rozdělit podle toho, jakou dodržují dietu. Pak to budou zákazníci, kteří mají bezlepkovou stravu, redukční dietu, diabetologickou dietu, atd.

Ceny si zákazníci mohou částečně ovlivňovat sami, neboť nabídka hlavních jídel se odvíjí od toho, kolik jídla si nabерou na talíř. Cena se tedy odvíjí od hmotnosti, viz níže. Oproti tomu nápoje a zákusky mají pevně dané ceny a zákazníci je nemohou ovlivnit. Mohou ale přijít v určitou dobu na tzv. Happy hours, kdy si budou moci koupit část sortimentu za zvýhodněné ceny.

Smluvní síla dodavatelů

Dodavatelů, nabízející produkty z bio farem je mnoho a každý si nastavuje ceny. Za kvalitu se platí, a tak se počítá s tím, že ceny budou vyšší. To se samozřejmě musí lehce odrazit na cenách v restauraci.

Smluvní síla dodavatelů je slabá protože je snadné nahradit dodavatele, jenž si stanoví příliš vysoké ceny, za jiné dodavatele, například soukromé zemědělce, kteří budou požadovat nižší ceny.

Mezi hlavní dodavatele patří:

- Ekologický ráj

Ekologický ráj je hlavním dodavatelem ovoce, zeleniny a bylinek po celý rok.

- Country Life, s. r. o.

Cuntry Life je jeden z největších prodejců produktů zdravé stravy. Dodává nám obiloviny, luštěniny, ořechy, sušené plody, polotovary a směsi, náhražky vajec a masa, ochucovadla, sladidla, oleje, pečivo, atd (16).

- Dvůr Ratibořice

Dvůr Ratibořice je významným dodavatelem výrobků z kozího mléka (17).

- Biofarma Sasov

Biofarma Sasov je smíšená ekofarma, kde se chovají prasata, dobytek, koně, ovce i kozy. Farmáři zde pěstují také ovoce a zeleninu. Farma je hlavním dodavatelem bio vepřového, hovězího masa a masných výrobků (biouherák, bio šunka) (18).

Hrozby substitutu

Restaurace nabízí snídaně, hlavní jídla, nápoje, koktejly, saláty, atd. Hrozba substitutu je v tomto případě dána restauracemi, nabízející podobné produkty jako naše restaurace. Největší atraktivitou pro zákazníky jsou substituty za nižší ceny než u nás.

2.3 SWOT ANALÝZA

Na základě teorie z kapitoly 1.5.2. jsou uvedeny konkrétní atributy SWOT analýzy.

Silné stránky:

- lokalita v blízkosti hotelu, wellness, nově postavených bytových jednotek, firem
- spolupráce s majitelem hotelu a wellness
- nekuřácké prostředí
- výběr jídla „očima“ na základě vizuální stránky
- sezónní nabídka
- pravidelné obměňování jídelního lístku
- letní zahrádka
- kvalifikovaný personál

- cena se odvíjí o hmotnosti „nabraného“ jídla

Slabé stránky:

- vyšší pořizovací náklady
- finanční zadluženost
- nový podnik – nutnost získat zákazníka a vytvořit tak dobré jméno restaurace

Příležitosti:

- rostoucí zájem o kvalitní a zdravá jídla
- vybudování dobré pověsti
- rozšíření nabídky dle přání zákazníka

Hrozby:

- noví konkurenti
- zvýšení nákladů – např. mzdové náklady při přijetí nového zaměstnance, náklady na energie (ceny se stále zvyšují)
- ztráta zákazníků, kteří mohou přejít ke konkurenci

2.4 SLEPT ANALÝZA

Na základě teorie z kapitoly 1.5.3 jsou popsány základní atributy SLEPT analýzy.

Sociální aspekty

Statutární město Brno je druhým největším městem České republiky, jak rozlohou, tak počtem obyvatel. Leží v Jihomoravském kraji a jeho centrálním okresem je Brno-město. Brno-město má téměř 380 000 obyvatel, z toho 190 070 ve věku 25-64 let, což je mírně nad polovinou všech obyvatel Brna- města (19).

Tabulka 6 ukazuje potenciální počet zákazníků.

Tabulka 6: Počet obyvatel
(Zdroj: vlastní zpracování dle [19])

Lokalita - počet obyvatel	Počet obyvatel celkem	Věk obyvatelstva			
		0-14	15-24	25-64	65+
Jihomoravský kraj	1 166 313	168 031	133 105	670 060	195 117
Brno-město	378 965	51 757	39 097	190 070	69 811

Legislativní aspekty

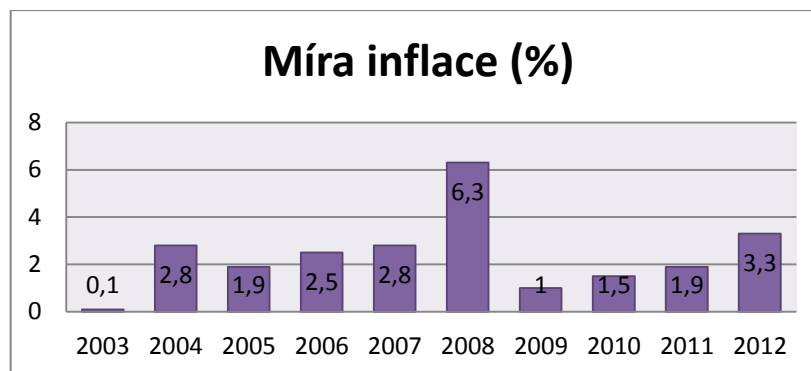
Veškeré ekonomické subjekty v České republice musí dodržovat platnou legislativu. Každý subjekt by se měl primárně řídit nejvyšším právním dokumentem, a to Ústavou ČR a s ní související Listinnou základních práv a svobod. Dále by se měly řídit platnými zákony, které jsou uloženy ve Sbírce zákonů. Patří sem například Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce, Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, a další zákony, potřebné k podnikání. Důležité je také dodržování veškerých daňových zákonů a Zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví. Dále by se měly subjekty řídit různými vyhláškami jednotlivých ministerstev a dodržovat normy požadované Evropskou Unií.

Naše společnost se řídí všemi výše uvedenými zákony, vyhláškami a dalšími zákony potřebné k podnikání.

Ekonomické aspekty

Inflace

Inflace vyjadřuje opakovaný růst cenové hladiny v čase. Měří se například pomocí indexu spotřebitelských cen, indexu cen výrobců nebo deflátoru hrubého národního produktu (HNP) (20).



Graf 1: Míra inflace (%) v letech 2003 – 2012

(Zdroj: vlastní zpracování dle [21])

Z grafu 1 je jasné, že znázorněná inflace v letech 2003 – 2012 kolísá a nemá úměrný průběh. V roce 2008 se vyšplhala nejvýše na 6,3%, což bylo dáno ekonomickou krizí. V dalším roce klesla na 1% a v dalších letech mírně rostla.

Vzrůstající inflace ovlivňuje podnik v tom, že se zvyšují ceny nákladů, tím pádem se budou muset zvýšit ceny sortimentu a podniku hrozí ztráta klientů a možný krach.

Politické aspekty

V našem státě se střídá u moci pravice a levice, to ovlivňuje podnik v tom směru, že není jistota, jaké bude politické prostředí a legislativa v dalších letech.

Česká republika je parlamentní republikou. Zákonodárnou moc má Parlament, který je tvořen dvěma komorami, Poslaneckou sněmovnou a Senátem. Výkonnou moc má Prezident ČR a vláda je vrcholným orgánem výkonné moci. Soudní moc pak vykonávají nezávislé soudy. Centrální bankou státu je Česká národní banka (22).

Technologické aspekty

V dnešní době stále rychleji roste tempo inovování a zavádění nových výrobků a technologií na trh. Je důležité sledovat trendy na trhu, neboť nové technologie mohou podniku přinést nejen konkurenční výhody, ale i spotřebu energií, vyšší tržby a tím pádem vyšší zisk. Nejedná se však jen o výrobky, co se inovace týče. Například velkou

rychlostí se vyvíjí také média. Dnes si již mnoho lidí nedokáže představit život bez internetu nebo televize.

V poslední době zaznamenaly obrovský boom také sociální sítě, kde jsou informace šířeny nejrychleji ze všech médií. Při zakládání podniku je nutné tyto všechny aspekty zohlednit a neustále sledovat nové trendy.

3 VLASTNÍ ŘEŠENÍ – NÁVRH PODNIKATELSKÉHO PLÁNU

Tato kapitola se bude zabývat popisem podniku, organizačním, marketingovým a finančním plánem a dále hodnocením rizik.

3.1 POPIS PODNIKU

Popis podniku zahrnuje základní informace o společnosti, vysvětlení názvu restaurace, jaká právní forma byla zvolena a důvody proč byla zvolena zrovna tato forma podnikání.

3.1.1 O společnosti



Obrázek 5: Logo společnosti
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Název společnosti:	Santé, s.r.o.
Sídlo společnosti:	Majdalenky 885/10, Lesná
Provozovna:	Majdalenky 885/10, Lesná
Právní forma podnikání:	společnost s ručením omezeným
Předmět podnikání:	Hostinská činnost (CZ NACE – 55300 Provoz restaurací, bufetů apod.)
Společníci:	Lucie Urbánková Jan Kašpar

Vlastnické vztahy k prostorám:	prostory v nájmu
Kontaktní osoba:	Lucie Urbánková
Telefon:	+ 410 721 545 896
Www:	www.santerestaurant.cz
E-mail:	sante@seznam.cz
Vznik:	1. 6. 2013

Společnost Santé je zakládána jako s.r.o. dvěma společníky, Lucií Urbánkovou a Janem Kašparem. Lucie Urbánková je zároveň i jednatelem společnosti, má odpovědnost za úkony společnosti, a jelikož má sice zkušenosti s vedením menšího podniku, ale není vyučená v oboru, pomáhá jí druhý společník Jan Kašpar.

Jan Kašpar má pětiletou praxi v oboru, pracoval 2 roky jako šéfkuchař v italské restauraci v Břeclavi, dále pracoval 3 roky v USA jako kuchař v restauraci, která kromě klasických jídel nabízela i jejich zdravější verze. V rámci pobytu v restauraci v USA se účastnil mnoha kurzů zdravé výživy, zdravého vaření. Jelikož se mu líbila myšlenka, založit svoji vlastní restauraci, po předložení mého návrhu zdravé restaurace se samoobsluhou neváhal a přestěhoval se zpátky do Čech, abychom mohli začít s realizací.

3.1.2 Název podniku

Santé znamená v překladu z francouzštiny zdraví. Dokonale vystihuje naši restauraci, jelikož zdraví a kvalita je zde na prvním místě. Název je krátký, dobře zapamatovatelný pro zákazníky, výstižný.

3.1.3 Právní forma

Po dlouhém zvažování jsem zvolila jako nejlepší možnost založení společnosti jako společnost s ručením omezeným. Hlavním rozhodovacím důvodem byl způsob ručení. S.r.o. neručí celým majetkem. Dalším rozhodovacím důvodem byla schopnost získat cizí kapitál. Snazší přístup k cizím zdrojům má s.r.o.

Orgány společnosti:

Společníci:

Lucie Urbánková

- Vklad: 400 000 Kč
- Splaceno: 100%
- Obchodní podíl: 57%

Jan Kašpar

- Vklad: 300 000Kč
- Splaceno: 100%
- Obchodní podíl: 43%

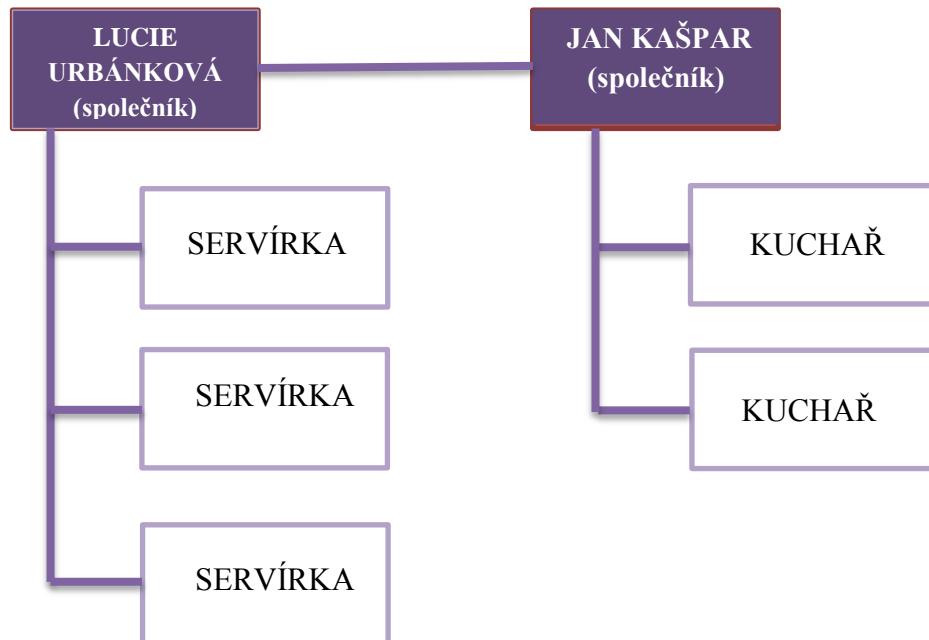
Jednatel:

Lucie Urbánková

3.2 ORGANIZAČNÍ PLÁN

V organizačním plánu bude popsána organizační struktura podniku, dále budou rozepsány činnosti každého zaměstnance a bude nastíněna otevírací doba restaurace.

3.2.1 Organizační struktura



Obrázek 6:Organizační struktura

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Jak již bylo výše uvedeno, společnost má dva společníky, Lucii Urbánkovou a Jana Kašpara. Dále společnost zaměstnává 3 servírky, které se budou starat o chod bufetových pultů, fresh baru, o pokladní transakce, sbírání nádobí, průběžný a závěrečný úklid restaurace. Tyto servírky bude mít na starost Lucie Urbánková. Jan Kašpar, jakožto šéfkuchař bude mít na starost další dva kuchaře, z nichž jeden se bude specializovat na přípravu salátů. Organizační struktura je znázorněna na Obrázku 6. Podrobnější popis činností je popsán níže.

3.2.2 Popis činností

- | | |
|------------------------|---|
| <u>Lucie Urbánková</u> | <ul style="list-style-type: none">- Vedení hlavní pokladny- Zpracování účetnictví- Zpracování personální agendy- Vyúčtování mezd- Skladba jídelních lístků- Odběratelsko-dodavatelské vztahy- Kalkulace cen a zajištění reklamy- Tvorba plánu činností pro následující den |
| <u>Jan Kašpar</u> | <ul style="list-style-type: none">- Dohled nad ostatními kuchaři a rozdělení úkolů mezi nimi- Organizace v kuchyni- Kontrola stavu zásob- Výroba pokrmů- Skladba jídelních lístků- Nákup zboží- Kontrola dodávky zboží- Kontrola stavu zboží |
| <u>Servírka 1</u> | <ul style="list-style-type: none">- Dohled nad bufetovými pulty- Obsluha pokladny |
| <u>Servírka 2</u> | <ul style="list-style-type: none">- Dohled nad fresh barem- Obsluha pokladny |

Servírka 3

- Průběžný úklid stolů
- Sbírání nádobí
- Závěrečný úklid restaurace
- Podle potřeby pomoc ostatním servírkám

Kuchaři

- Dle rozkazů šéfkuchaře

Plánování bude mít na starost Lucie Urbánková a to na každý další den. Po zavírací době se všichni sejdou a proberou se plány na další den. Zároveň se každý měsíc budou všichni scházet na schůzi, kde se bude probírat předběžný plán na následující měsíc a kde se budou probírat nejrůznější záležitosti jako například administrativa, organizace a další záležitosti podle situace.

3.2.3 Otevírací doba

Po – Pá	8:00 – 20:00
So	11:00 – 19:00
Ne	ZAVŘENO

Otevírací doba bude ve všední dny dvanáctihodinová. Od 8:00 do 10:30 si zákazníci mohou vybrat z nabídky snídaňového menu, které si mohou poskládat, jak chtějí. K dispozici bude vždy 5 typů snídaně na každý den. Od 11:30 si zákazníci budou moci již vybírat z hlavních jídel, každý den pro ně budou připravena 3 hlavní jídla na každém z pultů (vegetariánském a s masem), ze kterých mohou vybírat. Součástí jsou i 4 druhy salátů a 2 polévky.

Nutno dodat, že se v týdnu nebudou opakovat žádná jídla dvakrát. Na každý den bude připraveno něco nového. Takto bude zamezeno stereotypní nabídce jídel.

První měsíc je v plánu zavedení menších dotazníků, viz Příloha 8, ohledně toho, jak zákazníci hodnotí připravené jídlo, restauraci a další aspekty, spojené s naším podnikáním. Podle toho pak bude snadné zjistit, které věci je potřeba vylepšit, nebo na nich pracovat. V rámci akcí budou pořádány tzv. Happy hours, kdy si zákazníci budou moci v určitý den a v určitou dobu zakoupit část sortimentu za levnější cenu.

3.3 MARKETINGOVÝ PLÁN

Na základě kapitoly číslo 1.3.3 jsou popsány základní složky marketingového plánu.

3.3.1 Price (Cena)

Cena pokrmů, se netradičně odvíjí od množství jídla na talíři. K dispozici servírkám bude váha, kde se budou vážit talíře prázdné a poté talíře zákazníků s pokrmem. Takto se bude udávat cena. Cena bude tudíž pro všechny zákazníky stejná, a sice 21,90 Kč / 100g. Cena byla stanovena s přihlédnutím k obchodní marži.

Výjimku budou tvořit nápoje a zvláštní ceny budou mít i koktejly a nápoje ve fresh baru. Různé druhy káv a zákusků, které jsou v plánu do budoucna, budou ceněny od kusu.

3.3.2 Product/Services (Výrobky/Služby)

Činností společnosti Santé, s.r.o. je nabízení služeb v oblasti pohostinství. Společnost se specializuje na přípravu pokrmů v bio kvalitě a následně nabídce zákazníkům v podobě bufetových pultů. Zákazníci si tak vybírají pokrmy nejen podle názvu, ale také podle vizuální stránky jídel. Výhodou oproti jiným restauracím je to, že zákazník má pokrm již připraven, nemusí čekat na zdlouhavou přípravu.

Společnost bude nabízet v dopoledních hodinách snídaňové menu, kdy si zákazníci budou moci vybrat z pěti typů snídaní. Počínaje poledními hodinami bude společnost nabízet hlavní jídla, kde budou pro zákazníky připraveny vždy 3 hlavní jídla na každém z pultů, dále budou připraveny 4 druhy salátů a 2 druhy polévek.

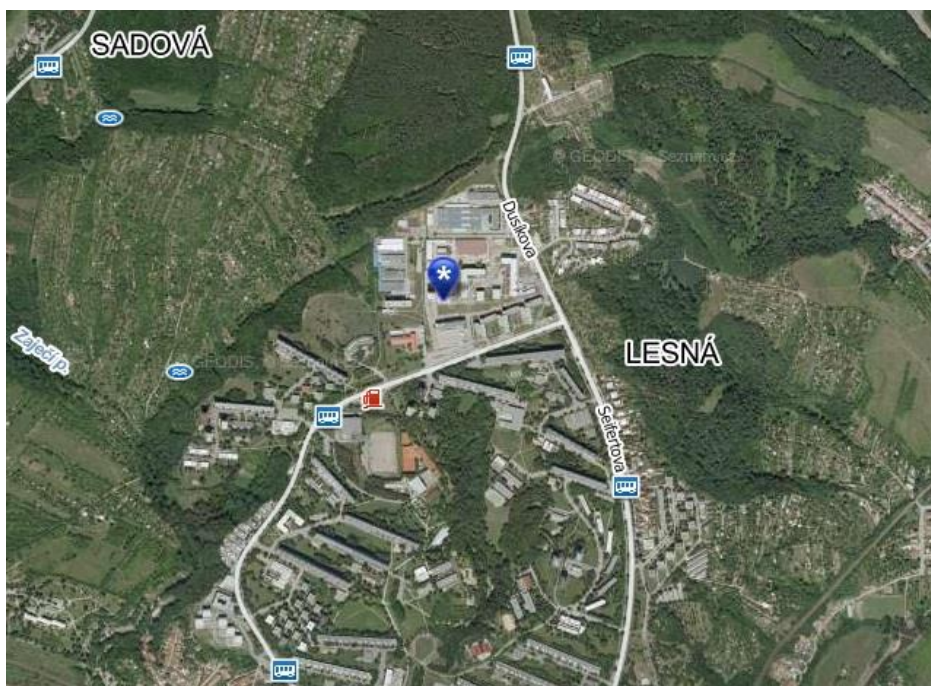
Součástí restaurace bude tzv. Fresh bar, kde si zákazníci budou moci vybírat z mnoha chutných a čerstvých nápojů, od čerstvých ovocných a zeleninových šťáv, koktejlů, po míchané drinky.

Do budoucna je v plánu spolupracovat s některými podniky, které by si od nás nechávaly dovážet obědy pro své zaměstnance. Dále se uvažuje do budoucna inspirace fast foody typu KFC a zařadit do nabídky několik druhů zdravých tortill, hamburgerů, sendvičů, které by si mohl zákazník vzít s sebou.

V případě, že by se restauraci dařilo, a věřím, že je to více než pravděpodobné, je v plánu zřídit novou pobočku restaurace, která by byla větší a bylo by tak možné rozšířit sortiment.

3.3.3 Place (Místo)

Při hledání vhodného objektu jsem se řídila polohou objektu, zároveň jsem hledala restauraci už zařízenou, světlou, kam by proudilo hodně denního světla, které navozuje dobrou náladu.



Obrázek 7: Mapa s umístěním restaurace
(Zdroj: Vlastní zpracování dle [23])

Po dlouhém pátrání jsem vybrala vhodný objekt, restauraci, která je k pronájmu v ulici Majdalenky v Brně v městské části Lesná. Viz Obrázek 7. Restaurace se nachází v těsné blízkosti wellness hotelového komplexu ORION s velkou návštěvností, dále se v těsné blízkosti nachází nové bytové jednotky a firmy. Návštěvníci wellness a fitness by mohli mít zájem o kvalitní lehká jídla, která bude naše restaurace nabízet a tudíž, by mohla mít velkou návštěvnost. Navíc majitel hotelu a wellness uvítá užší spolupráci, takže díky tomu bude zajištěna část propagace.

Majitel restaurace si žádá odstupné, které činí 1 380 000 Kč, v ceně je zahrnuto kompletní nové vybavení restaurace. Kuchyně je plně vybavená včetně nových nerezových pultů a potřebných spotřebičů, navíc je zde rezerva pro další spotřebiče. Dále je zde zázemí pro personál, které poskytuje veškerý komfort, včetně sprchy. V celém objektu je nainstalované podlahové topení, klimatizace, elektronické zabezpečení proti zlodějům a požáru. Restaurace se nachází v suterénu, je bezbariérová. Proudí sem hodně světla, jelikož jedna část restaurace je laděna jako zimní zahrada. Součástí pronájmu je i terasa a malá místnost, jenž bude později sloužit jako kancelář.

Počítá se s některými úpravami, aby restaurace odpovídala našemu konceptu.

Nájem je 20 000 Kč na měsíc.

3.3.4 Promotion (Propagace)

Vlastní internetové stránky

Mít své internetové stránky je dnes snad úplný základ. Téměř všichni mladí lidé vlastní počítač a na internetu tráví spoustu času. Domnívám se, že zde naši restauraci objeví většina potencionálních zákazníků. Proto je nutné, aby naše webové stránky svým vzhledem neodrazovaly, ale naopak vybízely k pečlivějšímu prostudování.

Internetové stránky nám bezplatně zpracuje blízký přítel, který se specializuje na tvorbu webových stránek apod. Náklady, které zaplatíme, jsou za registraci domény 220 Kč a roční prodloužení 290 Kč.

Dále se bezplatně registrujeme na webové portály, které obsahují souhrn všech restaurací v České republice.

Založení účtu na sociální síti Facebook

S vlastními internetovými stránkami silně souvisí jedna z nejpoužívanějších a nejfrekventovanějších sociálních sítí Facebook.

Facebook dává především možnost zpětné vazby, v podobě připomínek zákazníků. Nejdůležitějším prvkem je však komunikace „restaurace“ se zákazníky. Je to

nejrychlejší cesta, jak zákazníkům oznámit nadcházející akce, slevy, je zde možnost i rezervace.

Založení této sociální sítě je zcela bezplatné.

Reklamní cedule na provozovně a poutače

Na provozovnu si necháme vyrobit a nainstalovat reklamní ceduli dle našeho návrhu a dále poutače, které k nám navedou zákazníky.

Celková cena za reklamní ceduli a poutače činí 3500 Kč.

Reklamní billboard

Výhodou billboardu je, že reklamu uvidí velké množství lidí, je tak velká pravděpodobnost, že mezi nimi budou potenciální zákazníci. Reklama na billboardech ale musí být dobře viditelná, stručná, bez zbytečně velkého množství slov, aby si její lidé mohli snadno zapamatovat.

Naše společnost si nechá vyhotovit grafické návrhy, a včetně tisku a polepu zaplatíme společností 6 500 Kč. Za pronájem dvou billboardů zaplatíme 16 000 Kč.

Inzerce v tisku

Naše reklama se bude vztahovat i na inzerci v tisku, konkrétně v měsíčníku Severník, který je tiskem pro městskou část Brno – sever. Za plochu 13 cm x 5,1 cm v barevném provedení zaplatíme měsíčně 2 900 Kč.

Letáky a vizitky

Naše společnost si nechá také vyhotovit letáky velikosti A5 a vizitky. Část letáků si vezme a umístí je ve svém podniku majitel hotelu a wellness a fitness Infinit, které sídlí nad naší restaurací, výměnou za umístění jeho letáků v naší restauraci. Ostatní letáčky poputují do schránek okolních firem a bytů.

Cena za 10 000 letáků velikosti A5 je 6 250 Kč.

Dále si necháme vyhotovit 5 000 kusů vizitek za 2400 Kč, které budeme dávat zákazníkům k účtence při placení a navíc budou k dispozici vizitky v hotelu a wellness.

3.4 FINANČNÍ PLÁN

Finanční plán obsahuje stanovení pořizovacích nákladů, účetních odpisů majetku, mzdových nákladů, provozních nákladů, dále obsahuje způsoby financování projektu, odhad tržeb podniku, pokrytí nákladů tržbami a peněžní toky.

3.4.1 Pořizovací náklady

Mezi pořizovací náklady podniku patří v první řadě administrativní náklady, spojené se vznikem s.r.o. Dále zde patří náklady na dovybavení a drobné úpravy restaurace. Jelikož je restaurace ve velmi dobrém stavu, není potřeba velkých úprav. Úpravy se týkají pouze nové výmalby interiéru, vymalujeme si sami, dále pak nainstalování výdejních pultů místo původního baru. Do pořizovacích nákladů dále patří náklady na vybavení kanceláře a dovybavení společných prostor pro zaměstnance. Zde byla potřeba plně vybavit kancelář a vzhledem k tomu, že společné prostory pro zaměstnance jsou vybavené, byla potřeba pouze nakoupit uzamykatelné skříňky a lavičky do šatní části prostor. Dalšími pořizovacími náklady jsou náklady na propagaci a ostatní jednorázové pořizovací náklady. Podrobnější informace o konkrétních pořizovacích nákladech jsou podrobněji popsány a vyčísleny v Přílohách č1, 2, 3, 4, 5 a 6.

Celkem tyto náklady činí 2 081 578 Kč, viz Tabulka 7, z čehož nejvyšší nákladovou položkou je odstupné majiteli restaurace, které činí 1 380 000 Kč.

Tabulka 7: Celkové pořizovací náklady
(Zdroj: vlastní zpracování)

POLOŽKA	ČÁSTKA
Administrativní náklady na vznik s.r.o.	12 500 Kč
Náklady na dovybavení a drobné úpravy restaurace	264 000 Kč
Náklady na vybavení kanceláře a dovybavení společných prostor pro zaměstnance	82 018 Kč
Náklady na propagaci	38 060 Kč
Ostatní jednorázové pořizovací náklady	1 685 000 Kč
CELKEM	2 081 578 Kč

3.4.2 Účetní odpisy majetku

Společnost Santé s.r.o. je účetní jednotkou a proto používá účetní odpisy. V interní směrnici společnosti je uvedeno, že se bude odepisovat dlouhodobý hmotný majetek, u kterého bude pořizovací cena vyšší jak 20 000 Kč. Tento majetek se pak bude odepisovat po dobu 60 - ti měsíců. Dále je ve směrnici uvedeno, že se bude odepisovat také dlouhodobý nehmotný majetek, u kterého bude pořizovací cena vyšší jak 10 000 Kč. Tento majetek se bude odepisovat po dobu 36 - ti měsíců.

Do těchto hranic spadá 5 výdejních pultů, počítač a software. Podrobný popis účetních odpisů je znázorněn v Tabulce 8.

Tabulka 8: Účetní odpisy majetku
(Zdroj: vlastní zpracování)

MAJETEK	Výdejní pult	Počítač	Software
POŘIZOVACÍ CENA	30 000 Kč	25 000 Kč	15 000 Kč
POČET KUSŮ	5	1	1
DOBA ODEPISOVÁNÍ	60 měsíců	60 měsíců	36 měsíců
MĚSÍČNÍ ODPIS CELKEM	2 500 Kč	417 Kč	417 Kč
ODPISY CELKEM 2013	15 000 Kč	2 502 Kč	2 502 Kč
ODPISY CELKEM 2014	30 000 Kč	5 004 Kč	5 004 Kč
ODPISY CELKEM 2015	30 000 Kč	5 004 Kč	5 004 Kč

3.4.3 Mzdové náklady

Do mzdových nákladů patří nejen hrubé mzdy zaměstnanců, ale také sociální a zdravotní pojištění, placené zaměstnavatelem. Celkem tyto náklady na mzdy činí 195 640 Kč, viz Tabulka 9. Hrubé mzdy šéfkuchaře a společníka jsou 30 000 Kč, hrubé mzdy ostatních dvou kuchařů jsou 22 000 Kč, a hrubé mzdy číšnic jsou 14 000 Kč.

Tabulka 9: Mzdové náklady
(Zdroj: vlastní zpracování)

ZAMĚSTNANEC	Společník (já)	Šéfkuchař	Kuchař	Servírky	CELKEM
HRUBÁ MZDA ZAMĚSTNANCE (ZA MĚSÍC)	30 000 Kč	30 000 Kč	22 000 Kč	14 000 Kč	96 000 Kč
SOCIÁLNÍ POJIŠTĚNÍ (25%)	7 500 Kč	7 500 Kč	5 500 Kč	3 500 Kč	24 000 Kč
ZDRAVOTNÍ POJIŠTĚNÍ (9%)	2 700 Kč	2 700 Kč	1 980 Kč	1 260 Kč	8 640 Kč
NÁKLADY NA MZDY	40 200 Kč	40 200 Kč	29 480 Kč	18 760 Kč	128 640 Kč
POČET ZAMĚSTNANCŮ	1	1	2	3	7
NÁKLADY NA MZDY CELKEM	40 200 Kč	40 200 Kč	58 960 Kč	56 280 Kč	195 640 Kč

3.4.4 Financování projektu

Společníci vložili do společnosti základní kapitál ve výši 700 000 Kč, který bude použit na úhradu většiny pořizovacích nákladů, kromě nákladu na odstupné majiteli restaurace včetně vybavení. Na úhradu tohoto nákladu si společnost vzala úvěr, konkrétně Rychlý investiční úvěr v hodnotě 1 400 000 Kč, přičemž doba splácení je 8 let, úroková sazba je 7,43 %, a měsíční pravidelná splátka úvěru je 19 388 Kč.

Přehled splátek je znázorněn v Příloze č. 7: Splátkový kalendář.

Podrobný rozpis financování projektu je znázorněn v Tabulce 10.

Tabulka 10: Financování projektu

(Zdroj: vlastní zpracování)

POLOŽKA	ČÁSTKA	FINANCOVÁNÍ
Náklady na dovybavení restaurace a drobné úpravy	264 000 Kč	700 000 Kč (ZÁKLADNÍ KAPITÁL)
Náklady na vybavení kanceláře a dovybavení společných prostor pro zaměstnance	82 018 Kč	
Náklady na propagaci	38 060 Kč	
Nákup mobilních telefonů	5 000 Kč	
Nákup zásob	300 000 Kč	
CELKEM	689 078 Kč	
Odstupné majiteli restaurace včetně vybavení	1 380 000 Kč	1 400 000 Kč (ÚVĚR)

3.4.5 Provozní náklady

Provozní náklady představují veškeré měsíční náklady, související s provozem podniku. Patří sem nájemné, energie, splátka úvěru, paušál mobilních telefonů, WiFi připojení, atd. Podrobněji viz Tabulka 11.

Celková hodnota provozních nákladů činí 416 652 Kč, z čehož nejvyšší hodnotu nákladů představují mzdy a nákup zásob.

Tabulka 11: Provozní náklady

(Zdroj: vlastní zpracování)

POLOŽKA	ČÁSTKA
Nájemné	20 000 Kč
Elektřina	7 000 Kč
Voda	3 000 Kč
Plyn	4 000 Kč
Splátka úvěru	19 388 Kč
Mobilní telefony - paušál	1 500 Kč
WiFi připojení	500 Kč
Nákup zásob	150 000 Kč
Úklidové prostředky	2 600 Kč
Svoz odpadu	500 Kč
Mzdy	195 640 Kč
Odpisy majetku	3 334 Kč
Výdaje na propagaci (letáky, vizitky, webové stránky, inzerce v novinách)	9 190 Kč
CELKEM	416 652 Kč

3.4.6 Náklady celkem

Vzhledem ke vzniku společnosti 1. 6. 2013, jsou náklady v roce 2013 počítány pouze za 6 měsíců. V ostatních letech jsou již počítány za celý rok.

Roční celkové náklady v letech 2013, 2014 a 2015 se pohybují kolem 4 300 000 Kč, viz Tabulka 12.

Tabulka 12: Náklady celkem
(Zdroj: vlastní zpracování)

POLOŽKA	ČÁSTKA ZA MĚSÍC	ČÁSTKA ZA ROK
Pořizovací náklady	2 081 578 Kč	
Provozní náklady	416 652 Kč	2 499 912 Kč
NÁKLADY CELKEM 2013	2 498 230 Kč	4 581 490 Kč
NÁKLADY CELKEM 2014	416 652 Kč	4 999 824 Kč
NÁKLADY CELKEM 2015	416 652 Kč	4 999 824 Kč

3.4.7 Odhad tržeb podniku

V odhadu tržeb je uvažováno, že útrata jednoho zákazníka na den činí 180 Kč. Dále se uvažuje, že restaurace bude mít otevřeno 25 dnů v měsíci. Pro lepší informovanost o odhadovaných tržbách jsou sestaveny pesimistické, realistické a optimistické varianty.

Pro stanovení Cash Flow, viz níže, byla použita pouze realistická varianta.

Počítá se, že v prvním roce ještě nebude návštěvnost nijak velká, jelikož je restaurace nová a musí si nejprve vytvořit dobré jméno u zákazníků, kteří jej budou šířit dále. V této době je kladen největší důraz na propagaci restaurace.

V roce 2014 se počítá s tím, že si restaurace již vytvořila dobré jméno a díky tomu bude zákazníků přibývat. O největším nárůstu zákazníků se uvažuje především v letních měsících, kdy je otevřená zahrádka, a využívají se různé letní akce.

V roce 2015 bude restaurace již dobře známá široké veřejnosti, zákazníků bude přibývat, budou se rádi vracet a šířit dobré jméno podniku dále.

Odhad tržeb v roce 2013, tedy za 6 měsíců je znázorněn v Tabulce 13.

Odhady tržeb v roce 2014 a 2015 jsou znázorněny v Tabulkách 14 a 15.

Tabulka 13: Odhad tržeb podniku v roce 2013

(Zdroj: vlastní zpracování)

	PESIMISTICKÁ VARIANTA	REALISTICKÁ VARIANTA	OPTIMISTICKÁ VARIANTA
Počet zákazníků /den	45	83	120
Počet zákazníků /měsíc	1 125	2 075	3 000
Počet zákazníků /rok	6 750	12 450	18 000
Tržby /den	8 100 Kč	14 940 Kč	21 600 Kč
Tržby / měsíc	202 500 Kč	373 500 Kč	540 000 Kč
Tržby /půl roku	1 215 000 Kč	2 241 000 Kč	3 240 000 Kč

Tabulka 14: Odhad tržeb podniku v roce 2014

(Zdroj: vlastní zpracování)

	PESIMISTICKÁ VARIANTA	REALISTICKÁ VARIANTA	OPTIMISTICKÁ VARIANTA
Počet zákazníků /den	55	105	135
Počet zákazníků /měsíc	1375	2625	3375
Počet zákazníků /rok	13500	24900	40500
Tržby /den	9 900 Kč	18 900 Kč	24 300 Kč
Tržby / měsíc	247 500 Kč	472 500 Kč	607 500 Kč
Tržby /rok	2 970 000 Kč	5 670 000 Kč	7 290 000 Kč

Tabulka 15: Odhad tržeb podniku v roce 2015

(Zdroj: vlastní zpracování)

	PESIMISTICKÁ VARIANTA	REALISTICKÁ VARIANTA	OPTIMISTICKÁ VARIANTA
Počet zákazníků /den	60	125	150
Počet zákazníků /měsíc	1500	3125	3750
Počet zákazníků /rok	18000	37500	45000
Tržby /den	10 800 Kč	22 500 Kč	27 000 Kč
Tržby / měsíc	270 000 Kč	562 500 Kč	675 000 Kč
Tržby /rok	3 240 000 Kč	6 750 000 Kč	8 100 000 Kč

3.4.8 Pokrytí nákladů tržbami

V následující tabulce je znázorněno, zda budou v letech 2013, 2014 a 2015 náklady pokryty tržbami a zda podnik bude dosahovat zisku, nebo naopak ztráty.

Znázorněny jsou opět tři varianty, a to pesimistická, realistická a optimistická.

Tabulka 16: Pokrytí nákladů tržbami

(Zdroj: vlastní zpracování)

	PESIMISTICKÁ VARIANTA	REALISTICKÁ VARIANTA	OPTIMISTICKÁ VARIANTA
NÁKLADY CELKEM 2013	4 581 490 Kč	4 581 490 Kč	4 581 490 Kč
NÁKLADY CELKEM 2014	4 999 824 Kč	4 999 824 Kč	4 999 824 Kč
NÁKLADY CELKEM 2015	4 999 824 Kč	4 999 824 Kč	4 999 824 Kč
TRŽBY CELKEM 2013	1 215 000 Kč	2 241 000 Kč	3 240 000 Kč
TRŽBY CELKEM 2014	2 970 000 Kč	5 670 000 Kč	7 290 000 Kč
TRŽBY CELKEM 2015	3 240 000 Kč	6 750 000 Kč	8 100 000 Kč
ZISK /ZTRÁTA 2013	ZTRÁTA -3 366 490 Kč	ZTRÁTA -2 340 490 Kč	ZTRÁTA -1 341 490 Kč
ZISK /ZTRÁTA 2014	ZTRÁTA -2 029 824 Kč	ZISK 670 176 Kč	ZISK 2 290 176 Kč
ZISK /ZTRÁTA 2015	ZTRÁTA -1 759 824 Kč	ZISK 1 750 176 Kč	ZISK 3 100 176 Kč

Z Tabulky 16 je patrné, že pro všechny tři varianty v prvním roce bude podnik vykazovat ztrátu. Je to dáno především vysokými počátečními náklady. S tím ale podnik musí počítat a snažit se, aby tomu bylo v dalších letech jinak. Je zde stále kladen důraz na propagaci.

Dále je zřejmé, že v následujících letech si podnik již bude vést o něco lépe. Podle realistické a optimistické varianty bude vykazovat zisk, jen podle pesimistické varianty bude vykazovat stále ztrátu.

3.4.9 Zahajovací rozvaha

V následující Tabulce 17 je znázorněna zahajovací rozvaha společnosti, sestavená ke dni vzniku společnosti. Ve stálých aktivech je zahrnut všechny majetek, který byl pořízen ke dni vzniku.

V oběžných aktivech jsou pak znázorněny nakoupené zásoby a zůstatek na bankovním účtu a na pokladně. V pasivech je znázorněn základní kapitál a bankovní úvěr.

Tabulka 17: Zahajovací rozvaha
(Zdroj: vlastní zpracování)

Zahajovací rozvaha ke dni 1. 6. 2013			
AKTIVA		PASIVA	
STÁLÁ AKTIVA	1 669 518 Kč	VLASTNÍ KAPITÁL	700 000 Kč
Dlouhodobý hmotný majetek		Základní kapitál	700 000 Kč
Budova	1 380 000 Kč		
Kancelářské vybavení	44 258 Kč		
Vybavení společných prostor	22 760 Kč		
Mobilní telefony	5 000 Kč		
Vybavení restaurace	199 000 Kč		
Reklamní cedule a poutače	3 500 Kč		
Dlouhodobý nehmotný majetek			
Software	15 000 Kč		
OBĚŽNÁ AKTIVA	430 482 Kč	CIZÍ KAPITÁL	1 400 000 Kč
Zásoby	300 000 Kč	Bankovní úvěr	1 400 000 Kč
Bankovní účet	99 560 Kč		
Pokladna	30 922 Kč		
AKTIVA CELKEM	2 100 000 Kč	PASIVA CELKEM	2 100 000 Kč

3.4.10 Cash Flow

V Tabulce 18 jsou znázorněny peněžní toky v jednotlivých letech 2013, 2014 a 2015. Pro zjednodušení jsou výpočty prováděny pouze z realistické varianty. Z tabulky je patrné, že v roce 2013 je konečný stav peněžních prostředků -2 390 254 Kč. Je to dáno tím, že v roce 2013 restaurace podniká pouze 6 měsíců a do konce roku 2013 nestihne splatit všechny náklady.

Dále je zřejmé, že v roce 2014 je situace ve značně lepším stavu. Konečný stav peněžních prostředků je sice stále v minusové hodnotě, ale podnik již vykazuje zisk a minusová hodnota je důsledek předešlého roku. V roce 2015 už podnik vykazuje vyššího zisku a jeho peněžní prostředky na konci období je v kladné hodnotě.

Tabulka 18: Cash Flow

(Zdroj: vlastní zpracování)

CASH FLOW	2013	2014	2015
POČÁTEČNÍ STAV PENĚŽNÍCH PROSTŘEDKŮ NA ZAČÁTKU OBDOBÍ	700 000 Kč	-2 390 254 Kč	-307 220 Kč
VH před zdaněním (+)	-2 037 320 Kč	1 278 000 Kč	2 358 000 Kč
Daň z příjmů (-)	387 091 Kč	242 820 Kč	448 020 Kč
VH po zdanění (+)	-2 424 411 Kč	1 035 180 Kč	1 909 980 Kč
Odpisy dlouhodobého majetku (+)	20 004 Kč	40 008 Kč	40 008 Kč
CASH FLOW ZE SAMOFINANCOVÁNÍ	-2 404 407 Kč	1 075 188 Kč	1 949 988 Kč
Zásoby (-)	300 000 Kč	150 000 Kč	150 000 Kč
CASH FLOW Z PROVOZNÍ ČINNOSTI	-2 704 407 Kč	925 188 Kč	1 799 988 Kč
Dlouhodobý majetek (-)	1 669 518 Kč	0 Kč	0 Kč
CASH FLOW Z INVESTIČNÍ ČINNOSTI	1 669 518 Kč	925 188 Kč	1 799 988 Kč
Bankovní úvěr (+)	1 400 000 Kč	0 Kč	0 Kč
Splátka úvěru (-)	116 329 Kč	232 658 Kč	232 658 Kč
CASH FLOW Z FINANČNÍ ČINNOSTI	1 283 671 Kč	232 658 Kč	232 658 Kč
CASH FLOW CELKEM	-3 090 254 Kč	2 083 034 Kč	3 832 634 Kč
KONEČNÝ STAV PENĚŽNÍCH PROSTŘEDKŮ NA KONCI OBDOBÍ	-2 390 254 Kč	-307 220 Kč	3 525 414 Kč

3.5 HODNOCENÍ RIZIK

Každý podnikatel by měl před začátkem podnikání zvážit určitá rizika, která s sebou nese každé podnikání. Schopnost identifikovat rizika je velice důležitá, neboť tak podnikatel může předejít nečekaným situacím, které mohou nastat. Je dobré se na ně předem připravit a vědět, jak tyto situace řešit nebo jak jim nejlépe předejít.

Naše restaurace s sebou nese hned několik rizik. Dále je uveden příklad některých rizik, která by naši restauraci mohla postihnout. Jedná se například o konkurenční riziko, riziko v podobě nedůvěry zákazníků k novému podniku, riziko v podobě špatného výběru personálu nebo riziko v podobě nedostatku zákazníků.

Konkurenční riziko

Vstup naší restaurace na trh vyvolá problém především u stávajících restaurací v okolí, neboť se budou bát ztráty zákazníků. Proto se budou snažit co nejvíce si zákazníky udržet, budou pořádát různé akce, různé slevy apod.

Řešení v tomto případě spočívá především ve výborné propagaci, která je u nových podniků ta nejdůležitější. Vzhledem k tomu, že majitel hotelu a wellness s námi hodlá spolupracovat, věříme, že se bude snažit o šíření našeho dobrého jména svým klientům.

Riziko v podobě nedůvěry zákazníků k novému podniku

Zákazníci, kteří již mají své oblíbené restaurace, často nedůvěřují novým podnikům. Může to být způsobeno například domněnkou, že kvalita nového podniku bude horší než na co jsou zvyklí, dalším důvodem může být prostě jen to, že chtějí být věrni své oblíbené restauraci a nechtějí tak přejít ke konkurenci.

Důležitá je v tomto případě odlišnost. Odlišit se servisem, zaměřením restaurace, nabízeným sortimentem nebo například vzhledem exteriéru i interiéru.

Riziko v podobě špatného výběru personálu

Dle mého názoru na úspěchu podnikání nesou největší podíl zaměstnanci. Ať už to jsou kuchaři, číšníci, nebo management. Všichni do jednoho by se měli podílet na rozvoji podniku, práce by je měla bavit a měli by odvádět co nejlepší výkon, aby zákazníci měli chuť se vracet. Mělo by se tedy počítat i s rizikem výběru špatného personálu, neboť to by mohlo znamenat odrazení zákazníků.

Řešení v tomhle případě spočívá v důsledném výběru kvalitních zaměstnanců. Náš šéfkuchař, který má již zkušenosti s vedením restaurace má jasnou představu o tom, jaké kuchaře by chtěl mít v kuchyni. Proto na základě výběrového řízení pečlivě vybere kvalitní a schopný personál. Na základě jiného výběrového řízení, teď na pozici obsluhy restaurace, je na mě, abych vybrala opět schopný personál, který bude mít zájem a bude své schopnosti rozvíjet, bude usměvavý, svědomitý a pečlivý. Na servírky je kladen velký důraz, neboť jsou v přímém kontaktu se zákazníky, a ovlivní tak, zda se budou zákazníci vracet, či nikoliv.

Riziko v podobě nedostatku zákazníků

Dalším rizikem je riziko v podobě nedostatku zákazníků, což by způsobilo nedostatek tržeb a s tím související neschopnost splácet pravidelné náklady. To by mohlo v nejhorším případě vyústit v krach celého podniku.

Řešení v tomto případě spočívá opět ve výborné propagaci, dále je nutné pořádat nejrůznější akce, například tzv. Happy hour, kdy v určitou hodinu v určitý den budou mít zákazníci zlevněnou část sortimentu.

ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo vytvořit kvalitní zpracování podnikatelského plánu, který by měl sloužit k založení samoobslužné bio restaurace, nabízející širokou škálu zdravých jídel bio kvality vhodné jak pro vegetariány, tak pro milovníky masa.

V úvodu práce je stručně nastíněna problematika fast foodů a vize příležitosti uspět na trhu. První kapitola vychází ze shromáždění teoretických poznatků z nastudované literatury. Popisuje základní pojmy jako například podnik, podnikání, živnost, dále je zde přehled právních forem na trhu, podnikatelský plán, jeho účel, zásady pro zpracování a jeho strukturu, a neposlední řadě tato kapitola popisuje formy financování společnosti a analýzu trhu.

Další kapitola se zabývá analýzou současné situace na trhu. Obsahuje analýzu zákazníků, Porterův model pěti sil, kde je popsána rivalita mezi stávajícími podniky, riziko vstupu potenciálních konkurentů, smluvní síla dodavatelů, smluvní síla kupujících a hrozby substitutu. Dále tato kapitola obsahuje SWOT analýzu a SLEPT analýzu, kde jsou popsány sociální, legislativní, ekonomické, politické a technologické aspekty.

Poslední kapitola je stěžejní částí celé bakalářské práce, neboť obsahuje vlastní návrh podnikatelského plánu. Jsou zde popsány základní informace o podniku, organizační plán, kde je nastíněna organizační struktura, popis činností jednotlivých zaměstnanců a otevírací doba. Další podkapitolou je marketingový plán, kde je popsána cena, nabízené služby, umístění podniku a propagace podniku. Nejdůležitější podkapitolou v této části je finanční plán, kde jsou zachyceny pořizovací náklady, účetní odpisy, mzdové náklady, financování projektu, provozní náklady, celkové náklady na 3 roky, odhad tržeb na 3 roky, pokrytí nákladů tržbami, zahajovací rozvaha a Cash Flow. Poslední podkapitola má název Hodnocení rizik a jsou v ní odhadovány některé z mnoha rizik, která mohou postihnout podnik. Například konkurenční riziko, riziko v podobě nedůvěry zákazníků k novému podniku, riziko v podobě špatného výběru personálu a riziko v podobě nedostatku zákazníků.

Na závěr je nutné zmínit, že vytyčeného cíle bylo dosaženo, a tato práce by mohla sloužit jako reálný podklad pro založení restaurace.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- 1) Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník ze dne 5. listopadu 1991.
- 2) Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon) ze dne 15. listopadu 1991.
- 3) VEBER, J., J. SRPOVÁ a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 3.vyd. Praha : Grada Publishing, a.s., 2012. 432 s. ISBN 978-80-247-4520-6.
- 4) SRPOVÁ, J., V. ŘEHOŘ a kolektiv. *Základy podnikání*. Praha : Grada Publishing, 2010. 427 s. ISBN 978-80-247-3339-5.
- 5) STAŇKOVÁ, A. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. Praha : C. H. Beck, 2007. 199 s. ISBN 978-80-7179-926-9.
- 6) KORÁB, V., J. PETERKA a M. REŽŇÁKOVÁ. *Podnikatelský plán*. Brno : Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
- 7) SRPOVÁ, J., I. SVOBODOVÁ, P. SKOPAL a T. ORLÍK. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2011. 194 s. ISBN 978-80-247-4103-1.
- 8) ZEMAN.WEBNODE.CZ. *SLEPT (PEST) analýza*. [online].[cit. 2013 – 5 - 15]. Dostupné z: <http://zeman.webnode.cz/products/slept-pest-analyza/>
- 9) VLASTNÍ CESTA. *Porterův model konkurenčních sil*. [online]. 2012 [cit. 2013 – 4 - 23]. Dostupné z: <http://www.vlastnicesta.cz/metody-1/porteruv-model-konkurencnich-sil-1>
- 10) DEDOUCHOVÁ, M. *Strategie podniku*. Praha : Nakladatelství C H Beck, 2001. 256 s. ISBN 978-80-717-9603-9.
- 11) SUN MARKETING. *SWOT analýza*. [online]. 2011 – 2012 [cit. 2012 – 12 - 16]. Dostupné z: <http://www.sunmarketing.cz/nastroje/slovník/swot-analyza>

- 12) FIRMY.CZ. *Restaurace Jihomoravský kraj*. [online]. 1996 – 2013 [cit. 2013 – 02 - 12]. Dostupné z: <http://www.firmy.cz/Cestovni-sluzby-a-pohostinstvi/Restauracni-a-pohostinske-sluzby/Restaurace/kraj-jihomoravsky>
- 13) LA BOUCHÉE. *O nás*. [online]. [cit. 2013 – 02 - 12]. Dostupné z: <http://www.labouchee.cz/cs/restaurant-la-bouche>
- 14) REBIO. *Restaurace Rebio- Velký Špalíček*. [online]. 2009 – 2012 [cit. 2013 – 02 - 12]. Dostupné z: <http://www.rebio.cz/Velky-Spalicek/4.workroom.aspx>
- 15) VITALITÉ. *Základní filosofie restaurantu*. [online]. [cit. 2013 – 02 - 12]. Dostupné z: <http://www.zdravyrestaurant.cz/o-restaurantu/zdravi-zakladni-filozofie-restaurantu>
- 16) COUNTRY LIFE. *O nás*. [online]. 1992 – 2012 [cit. 2013 – 02 - 12]. Dostupné z: <http://www.countrylife.cz/o-spolecnosti>
- 17) DVŮR RATIBOŘICE. *Koží farma*. [online]. [cit. 2012 – 12 - 16]. Dostupné z: <http://www.kozimleko.cz/37/kozi-farma>
- 18) BIOFARMA SASOV. *O biofarmě*. [online]. 2009 [cit. 2013 – 02 - 12]. Dostupné z: <http://biofarma.cz/cz/o-biofarme>
- 19) ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Obyvatelstvo* [online]. 2013 [cit. 2013 – 02 - 24]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/obyvatelstvo_lide
- 20) FINANCE.CZ. *Co je to inflace?*. [online]. [cit. 2013 – 02 - 24]. Dostupné z: <http://www.finance.cz/makrodata-eu/inflace/informace/>
- 21) ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Míra inflace* [online]. 2013 [cit. 2013 – 02 - 24]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/mira_inflace
- 22) Ústavní zákon č. 1/1993 Sb. ve znění ústavního zákona č. 347/1997 Sb., 300/2000 Sb., 448/2001 Sb., 395/2001 Sb., 515/2002 Sb., 319/2009 Sb. a 71/2012 Sb., Ústava České republiky ze dne 16. prosince 1992

- 23) MAPY.CZ. *Majdalenky 885/10*. [online].[cit. 2013 – 05 - 14]. Dostupné z:
http://mapy.cz/#x=16.626495&y=49.237904&z=13&d=addr_9382829_1&t=s&q=Majdalenky%2520885%252F10&qp=10.571904_48.475175_20.300096_50.954438_6&l=15

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Dělení podniků	13
Tabulka 2: Srovnání základních parametrů obchodních společností.....	18
Tabulka 3: Základní údaje o restauraci 1	32
Tabulka 4: Základní údaje o restauraci 2	33
Tabulka 5: Základní údaje o restauraci 3	33
Tabulka 6: Počet obyvatel.....	37
Tabulka 7: Celkové pořizovací náklady	50
Tabulka 8: Účetní odpisy majetku	50
Tabulka 9: Mzdové náklady	51
Tabulka 10: Financování projektu	52
Tabulka 11: Provozní náklady	53
Tabulka 12: Náklady celkem	54
Tabulka 13: Odhad tržeb podniku v roce 2013.....	55
Tabulka 14: Odhad tržeb podniku v roce 2014.....	55
Tabulka 15: Odhad tržeb podniku v roce 2015.....	55
Tabulka 16: Pokrytí nákladů tržbami.....	56
Tabulka 17: Zahajovací rozvaha.....	57
Tabulka 18: Cash Flow	58

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Dělení živností	14
Obrázek 2: Porterův model pěti sil	27
Obrázek 3: SWOT analýza	29
Obrázek 4: Počet restaurací- Jihomoravský kraj	30
Obrázek 5: Logo společnosti	40
Obrázek 6: Organizační struktura	42
Obrázek 7: Mapa s umístěním restaurace	46

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Míra inflace (%) v letech 2003 – 2012.....	38
--	----

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Tabulka znázorňující administrativní náklady na vznik s.r.o.

Příloha č. 2: Tabulka znázorňující náklady na dovybavení a drobné úpravy restaurace

Příloha č. 3: Tabulka znázorňující náklady na vybavení kanceláře

Příloha č. 4: Tabulka znázorňující dovybavení společných prostor pro zaměstnance

Příloha č. 5: Tabulka znázorňující náklady na propagaci

Příloha č. 6: Tabulka znázorňující ostatní jednorázové pořizovací náklady

Příloha č. 7: Tabulka znázorňující splátkový kalendář

Příloha č. 8: Dotazník spokojenosti

Příloha č. 9: Interiér stávající restaurace

Příloha č. 1: Tabulka znázorňující administrativní náklady na vznik s.r.o.

(Zdroj: vlastní zpracování)

ÚKON	ČÁSTKA
Sepsání společenské smlouvy u notáře	3 500 Kč
Stejnopisy zakladatelských listin a ověření podpisů a listin	950 Kč
Výpis z rejstříků trestů	250 Kč
Ohlášení živnosti	1 000 Kč
Návrh na zápis do obchodního rejstříku	6 000 Kč
Bankovní poplatek za účet po složení základního kapitálu	800 Kč
CELKEM	12 500 Kč

Příloha č. 2: Tabulka znázorňující náklady na dovybavení a drobné úpravy restaurace

(Zdroj: vlastní zpracování)

POLOŽKA	ČÁSTKA
Bourací, zednické a instalatérské práce	30 000 Kč
Malířské potřeby	2 000 Kč
Dekorace	25 000 Kč
Výdejní pulty	150 000 Kč
Pokladny	17 000 Kč
Váha	5 000 Kč
Ostatní náklady na vybavení	35 000 Kč
CELKEM	264 000 Kč

Příloha č. 3: Tabulka znázorňující náklady na vybavení kanceláře

(Zdroj: vlastní zpracování)

POLOŽKA	ČÁSTKA
Stůl	1 690 Kč
Nábytek (komoda, 2 regály)	7 580 Kč
Židle	1 790 Kč
Počítač	25 000 Kč
Software	15 000 Kč
Multifunkční tiskárna	2 200 Kč
Osvětlení	998 Kč
Kancelářské potřeby	5 000 Kč
CELKEM	59 258 Kč

**Příloha č. 4: Tabulka znázorňující dovybavení společných prostor pro
zaměstnance**

(Zdroj: vlastní zpracování)

POLOŽKA	ČÁSTKA
8 uzamykatelných šatních skříněk	16 800 Kč
4 lavice	5 960 Kč
CELKEM	22 760 Kč

Příloha č. 5: Tabulka znázorňující náklady na propagaci

(Zdroj: vlastní zpracování)

CELKOVÉ NÁKLADY NA REKLAMNÍ KAMPAŇ	ČÁSTKA
Registrace domény a roční prodloužení	510 Kč
Reklamní cedule na provozovně a poutače	3 500 Kč
Reklamní billboardy - vyhotovení	6 500 Kč
Reklamní billboardy - pronájem	16 000 Kč
Inzerce v tisku	2 900 Kč
Letáky	6 250 Kč
Vizitky	2 400 Kč
CELKEM	38 060 Kč

Příloha č. 6: Tabulka znázorňující ostatní jednorázové pořizovací náklady

(Zdroj: vlastní zpracování)

POLOŽKA	ČÁSTKA
Odstupné restaurace včetně vybavení	1 380 000 Kč
Nákup 2 ks mobilních telefonů	5 000 Kč
Nákup zásob	300 000 Kč
CELKEM	1 685 000 Kč

Příloha č. 7: Tabulka znázorňující splátkový kalendář

(Zdroj: vlastní zpracování)

ROK	ANUITA	ÚROK	ÚMOR	ZŮSTATEK DLUHU
0				1 400 000 Kč
1	232 658 Kč	99 548 Kč	133 110 Kč	1 266 890 Kč
2	232 658 Kč	89 314 Kč	143 344 Kč	1 123 546 Kč
3	232 658 Kč	78 293 Kč	154 365 Kč	969 181 Kč
4	232 658 Kč	66 425 Kč	166 233 Kč	802 948 Kč
5	232 658 Kč	53 644 Kč	179 014 Kč	623 934 Kč
6	232 658 Kč	39 881 Kč	192 777 Kč	431 157 Kč
7	232 658 Kč	25 060 Kč	207 598 Kč	223 559 Kč
8	232 658 Kč	9 099 Kč	223 559 Kč	0 Kč

Příloha č. 8: Dotazník spokojenosti

Santé

— zdraví na talíři —

Pěkný den, prosíme Vás o vyplnění krátkého anonymního dotazníku, který je pro nás velmi důležitý, neboť Vašich názorů a připomínek si velice vážíme a vyplněním tohoto dotazníku přispějete ke z kvalitnění našich služeb.

Jak jste se dozvěděli o naší restauraci?

- ☐ Z internetových stránek
- ☐ Z Facebooku
- ☐ Z letáku
- ☐ Z reklamy na billboardu
- ☐ Jiná možnost _____

Jak se Vám líbí interiér restaurace? (1 - nejhorší, 5 - nejlepší)

Jak jste spokojeni s kvalitou jídla? (1 - nejhorší, 5 - nejlepší)

Dodržujete nějakou dietu? Pokud ano, označte kterou.

- ☐ Diabetická
- ☐ Bezlepková
- ☐ Redukční
- ☐ Jiná _____

Jak jste byli spokojeni s obsluhou? (1 - nejhorší, 5 - nejlepší)

Doporučili byste naši restauraci dalším lidem? (ANO - NE)

Vaše připomínky a návrhy na zlepšení

Děkujeme za Váš čas při vyplnění našeho dotazníku, informace zde obsažené slouží pouze pro potřeby a nebudou šířeny třetím osobám.

(Zdroj: vlastní zpracování)

Příloha č. 9: Interiér stávající restaurace



(Zdroj: <http://www.rendez-vous-cafe.cz/>)